



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

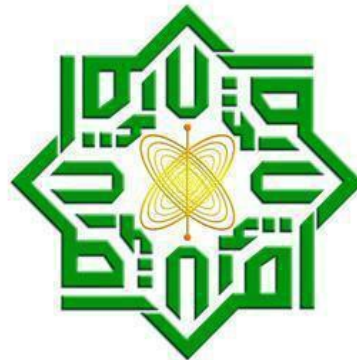
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

NOMOR SKRIPSI

4882/KOM-D/SD-S1/2021

**STRATEGI KOMUNIKASI HOTEL RESTY MENARA PEKANBARU
DALAM MEMPERTAHANKAN PELANGGAN HOTEL DI ERA NEW**

NORMAL



UIN SUSKA RIAU

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Oleh:

ROZI PRIATAMA

NIM.11643101431

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM

RIAU

2021



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

كلية الدعوة و الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jln. HR. Soebrantas KM. 15 No. 155 Tush Medani Tampan - Pekanbaru 28293 PO Box. 1004 Telp. 0761-562061
Fax. 0761-562052 Web: <https://fdk.uin-suska.ac.id/> email: fdk@uin-suska.ac.id

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul “Strategi Komunikasi Hotel Resty Menara Pekanbaru Dalam Mempertahankan Pelanggan Hotel Di Era *New Normal*”, yang ditulis oleh :

Nama : Rozi Priatama
NIM : 11643101431
Jurusan : Ilmu Komunikasi

Telah dimunaqasahkan dalam Sidang Panitia Ujian Sarjana Fakultas Dakwah dan Komunikasi pada :

Hari : Rabu
Tanggal : 04 Agustus 2021

Dengan disetujui sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana (S1) Ilmu Komunikasi pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 12 Agustus 2021

Dekan

Dr. Imron Rosidi, S.Pd., M.A

NIP.198111182009011006

Tim Penguji

Penguji I

Dr. Nurdin, MA

NIP.196606202006041015

Penguji II

Yefni, S.Ag., M.Si

NIP.197009142014112001

Penguji III

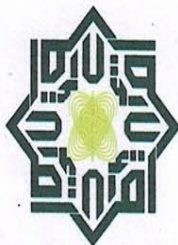
Dewi Sukartik, M.Sc

NIK.130311019

Penguji IV

Mardiah Rubani, M.Si

NIP.197903022007012023



UIN SUSKA RIAU

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

كلية الدعوة و الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jln. HR. Soebrantas KIM. 15 No. 155 Tuah Madani Tampan – Pekanbaru 28293 PO Box. 1004 Telp. 0761-562051
Fax. 0761-562052 Web: <https://fdk.uin-suska.ac.id/> email: fdk@uin-suska.ac.id

PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI

Setelah melakukan bimbingan, arahan, koreksi dan perbaikan sebagaimana mestinya terhadap penulisan skripsi saudara:

Nama : Rozi Priatama
NIM : 11643101431
Judul : Strategi Komunikasi Hotel Resty Menara Pekanbaru Dalam Mempertahankan Pelanggan Hotel Di Era New Normal

Kami berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan untuk dimunaqasahkan guna melengkapi tugas dan memenuhi salah satu syarat untuk meraih gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom.) pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau.

Harapan kami semoga dalam waktu dekat, yang bersangkutan dapat dipanggil untuk diuji dalam Sidang Ujian Munaqasah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Demikian lembar persetujuan ini kami sampaikan atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Pekanbaru, 21 Juni 2021

Pembimbing,

Yantos, S.IP. M.Si.

NIP. 19710122 200701 1 016

Mengetahui:

Ketua Pródi Ilmu Komunikasi

Dra. Atjih Sukaesih, M.Si.

NIP. 19691118 199603 2 001

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

كلية الدعوة و الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jln. HR. Soebrantas KM. 15 No. 155 Tuah Madani Tampan – Pekanbaru 28293 PO Box. 1004 Telp. 0761-562051
Fax. 0761-562052 Web: <https://fdk.uin-suska.ac.id/> email: fdk@uin-suska.ac.id

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

PENGESAHAN PEMBIMBING

**STRATEGI KOMUNIKASI HOTEL RESTY MENARA PEKANBARU DALAM
MEMPERTAHANKAN PELANGGAN HOTEL DI ERA *NEW NORMAL***

Disusun Oleh :

Nama : ROZI PRIATAMA

Nim : 11643101431

Telah disetujui oleh dosen pembimbing pada tanggal: 21 Juni 2021

Pembimbing,

Yantos, S.IP. M.Si.

NIP. 19710122 200701 1 016



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
كلية الدعوة و علم الاتصال
FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION
Jl. H.R. Soebrandt No. 155 KM. 18 Simpang Baru Panam Pekanbaru 28293 PO.Box. 1004 Telp. 0761-562223
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: lain-sq@pekanbaru-indo.net.id

PENGESAHAN

Nama : ROZI PRIATAMA
NIM : 11643101431
Judul : "Strategi Komunikasi Hotel Resty Menara Pekanbaru Dalam Mempertahankan Pelanggan Hotel Di Era *New Normal* "

Telah diseminarkan pada :

Hari : Sabtu

Tanggal : 10 Oktober 2020

Dan dapat diterima untuk penulisan skripsi. Selanjutnya sebagai salah satu syarat mencapai gelar sarjana (S1) di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau.

Pekanbaru, 19 Oktober 2020

Penguji I

Musfiady, M.Si.
NIP.197212012000031003

Penguji II

Mustafa, Digitally signed
by Mustafa,
S.Sos, S.Sos, M.I.Kom
M.I.Kom Date: 2020.11.04
07:35:04 +07'00'

Mustafa, M.I.Kom.
NIK.130417024



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

PERNYATAAN ORISINALITAS

NAMA : ROZI PRIATAMA

NIM : 11643101431

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul **“Strategi Komunikasi Hotel Resty Menara Pekanbaru Dalam Mempertahankan Pelanggan Hotel Di Era *New Normal*”** adalah benar karya sendiri. Hal-hal yang bukan karya saya dalam skripsi tersebut diberi tanda citrasi dan diajukan dalam daftar pustaka.

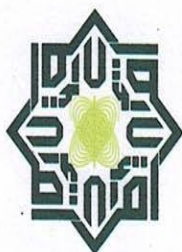
Apabila dikemudian hari pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan skripsi dan gelar yang saya peroleh dari skripsi tersebut.

Pekanbaru, 16 Juli 2021



ROZI PRIATAMA

NIM : 11643101431



UIN SUSKA RIAU

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

كلية الدعوة و الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jln. HR. Soebrantas KM. 15 No. 155 Tuah Madani Tampan – Pekanbaru 28293 PO Box. 1004 Telp. 0761-562051
Fax. 0761-562052 Web: <https://fdk.uin-suska.ac.id/> email: fdk@uin-suska.ac.id

Pekanbaru, 21 Juni 2021

No. : Nota Dinas
Lampiran : 4 (eksemplar)
Hal : Pengajuan Ujian Skripsi

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Di-

Tempat

Assalamualaikum Wr.Wb.

Setelah kami mengadakan pemeriksaan dan perubahan seperlunya guna kesempurnaan skripsi ini maka mahasiswa berikut:

Nama : ROZI PRIATAMA
NIM : 11643101431
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Public Relations

Dapat diajukan untuk menempuh ujian skripsi pada fakultas Dakwah dan Komunikasi dalam bidang Ilmu Komunikasi dengan judul **“Strategi Komunikasi Hotel Resty Menara Pekanbaru Dalam Mempertahankan Pelanggan Hotel Di Era New Normal”**.

Harapan kami agar dalam waktu dekat yang bersangkutan dipanggil untuk diuji dalam sidang Munaqasah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Demikianlah surat pengajuan ini dibuat, atas perhatian Bapak kami ucapkan terimakasih, Wassalamualaikum Wr.Wb.

Mengetahui,

Pembimbing

Yantos, S.IP. M.Si.

NIP. 19710122 200701 1 016

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRAK

Nama : Rozi Priatama
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Hotel Resty Menara Pekanbaru Dalam Mempertahankan Pelanggan Hotel Di Era *New Normal*

Penelitian ini dilatar belakangi oleh penurunan jumlah pelanggan hotel resty menara pekanbaru yang terjadi akibat wabah pandemi covid-19. Untuk menstabilkan roda perekonomian di tengah wabah pandemi covid-19, pemerintah indonesia khususnya pemerintah kota pekanbaru menerapkan gaya hidup baru atau era *New Normal*. Tujuan lain dari penerapan era *new normal* adalah memberikan ruang kepada masyarakat untuk kembali beraktivitas normal dengan menerapkan protokol kesehatan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Strategi Komunikasi Hotel Resty Menara Pekanbaru Dalam Mempertahankan Pelanggan Hotel Di Era *New Normal*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis deskriptif kualitatif. Dengan jenis pendekatan penelitian lapangan. Pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi, wawancara dan dokumentasi. Dari hasil penelitian Strategi Komunikasi Hotel Resty Menara Pekanbaru Dalam Mempertahankan Pelanggan Hotel Di Era *New Normal* ditemukan bahwa proses penerapan strategi terdapat lima indikator utama yaitu: penelitian, perencanaan, pelaksanaan, evaluasi dan pelaporan.

Kata Kunci: Strategi, Komunikasi, Mempertahankan, Pelanggan, *New Normal*.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRACT

Name : Rozi Priatama

Department : Communication

**Title : Communication Strategy of Resty Menara Pekanbaru Hotel
In Maintaining Hotel Customers In The New Normal Era**

This research is motivated by the decrease in the number of customers of resty menara pekanbaru hotel that occurred due to the pandemic outbreak covid-19. To stabilize the wheels of the economy in the midst of the covid-19 pandemic outbreak, the indonesian government, especially the pekanbaru city government implemented a new lifestyle or New Normal Era. Another goal of the implementation of the new normal era is to give space to the community to return to normal activities by implementing health protocols. This research aims to find out how The Communication Strategy of Resty Menara Pekanbaru Hotel In Maintaining Hotel Customers In The New Normal Era. The method used in this study is qualitative descriptive analysis method. With this type of field research approach. Data is collected by observation, interview and documentation. From the results of the research Communication Strategy of Resty Menara Pekanbaru Hotel In Maintaining Hotel Customers In the New Normal Era found that the process of implementing the strategy there are five main indicators, namely: research, planning, implementation, evaluation and report.

Keywords: Strategy, Communication, Maintaining, Customer, New Normal.

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, karena Rahmat dan Hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **"Strategi Komunikasi Hotel Resty Menara Pekanbaru Dalam Mempertahankan Pelanggan Hotel Di Era New Normal"**. Shalawat beserta salam semoga selalu tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW yang telah membimbing umat-Nya kearah yang benar.

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu persyaratan ujian guna memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) pada jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Skripsi ini diberikan kepada yang teristimewa dan tercinta kedua orang tua penulis yakni Ayah Tarmizi dan Ibu Ibusni yang telah membimbing, mendidik, memberikan kasih sayang dan telah berjuang tanpa kenal lelah demi penulis menyandang gelar S1. Terima kasih atas semua do'a yang ayah dan ibu selalu limpahkan kepada penulis yang tiada habisnya.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis selalu mendapatkan bimbingan, bimbingan, serta semangat dari banyak pihak. Oleh karena itu penulis ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Khairunnas, M.Ag, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
2. Ibu Dr. Hj. Helmiati, M.Ag, Dr. H. Mas'ud Zein, M.Pd, dan Edi Erwan, S.Pt., M.Sc., Ph.D, Selaku Wakil Rektor I, II dan III Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
3. Bapak Dr. Imron Rosidi, S.Pd., MA, selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
4. Bapak Dr. Masduki, M.Ag, Dr. Toni Hartono, M.Si dan Dr. Drs. Arwan, M.Ag, selaku Wakil Dekan I, II dan III Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

5. Ibu Dra. Atjih Sukaesih, M.Si, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
6. Bapak Yantos, M.Si, selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
7. Bapak Yantos, M.Si, selaku Pembimbing yang telah memberikan motivasi dan bimbingan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Bapak Drs. Suhaimi. D, M.Si, selaku Penasehat Akademik yang banyak memberikan arahan dan membimbing selama proses perkuliahan di Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
9. Bapak dan Ibu dosen yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis dalam menyelesaikan studi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau serta karyawan/i Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah memberikan pelayanan yang baik dan kemudahan dalam administrasi.
10. Terimakasih kepada Hotel Resty Menara Pekanbaru yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melakukan penelitian.
11. Teristimewa kepada adik-adik saya Apri Fauzan dan Faziha Safitri yang selalu mendukung penulis dalam menyelesaikan skripsi.
12. Teruntuk teman-teman saya, Rifal Harmi Difour, Agus Dian Pratama, Bintang, Mai Sela Rosa Elsarena, Puspa Febriani, Wahyu Amarta, Bang Ahmad, Bang Doni, yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi. Terimakasih telah memberi semangat yang tidak bosan sehingga penulis termotivasi untuk selalu menjalankan hari-hari dengan penuh semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
13. Teman-teman Ilmu Komunikasi 2016, Kom B 2016 dan Public Relations D 2017.
14. Serta semua yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, terimakasih bimbingan dan do'anya.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini banyak terdapat kekurangan. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan masukan berupa kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak sebagai perbaikan di masa yang akan datang.

Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembacanya,
Amin Ya Robbal 'Alamin.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Pekanbaru, 16 Juli 2021

Penulis,

Rozi Priatama

ROZI PRIATAMA
NIM. 11643101431

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR TABEL	ix
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Penegasan Istilah.....	4
C. Ruang Lingkup Kajian	6
D. Rumusan Masalah	6
E. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	6
F. Sistematika Penulisan.....	8
BAB II KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PIKIR	
A. Strategi Komunikasi.....	10
B. Kajian Terdahulu.....	27
C. Kerangka Pikir	39
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	42
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	43
C. Sumber Data.....	43
D. Teknik Pengumpulan Data.....	44
E. Validitas Data.....	45
F. Teknik Analisis Data.....	46
BAB IV GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN	
A. Sejarah Hotel Resty Menara Pekanbaru.....	48



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

B. Visi dan Misi	49
C. Keterangan Jabatan	49
D. Struktur Organisasi Perusahaan	56
E. Fasilitas Hotel.....	59

BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian	60
B. Pembahasan.....	73

BAB VI PENUTUP

A. Kesimpulan	85
B. Saran	86

DAFTAR PUSTAKA

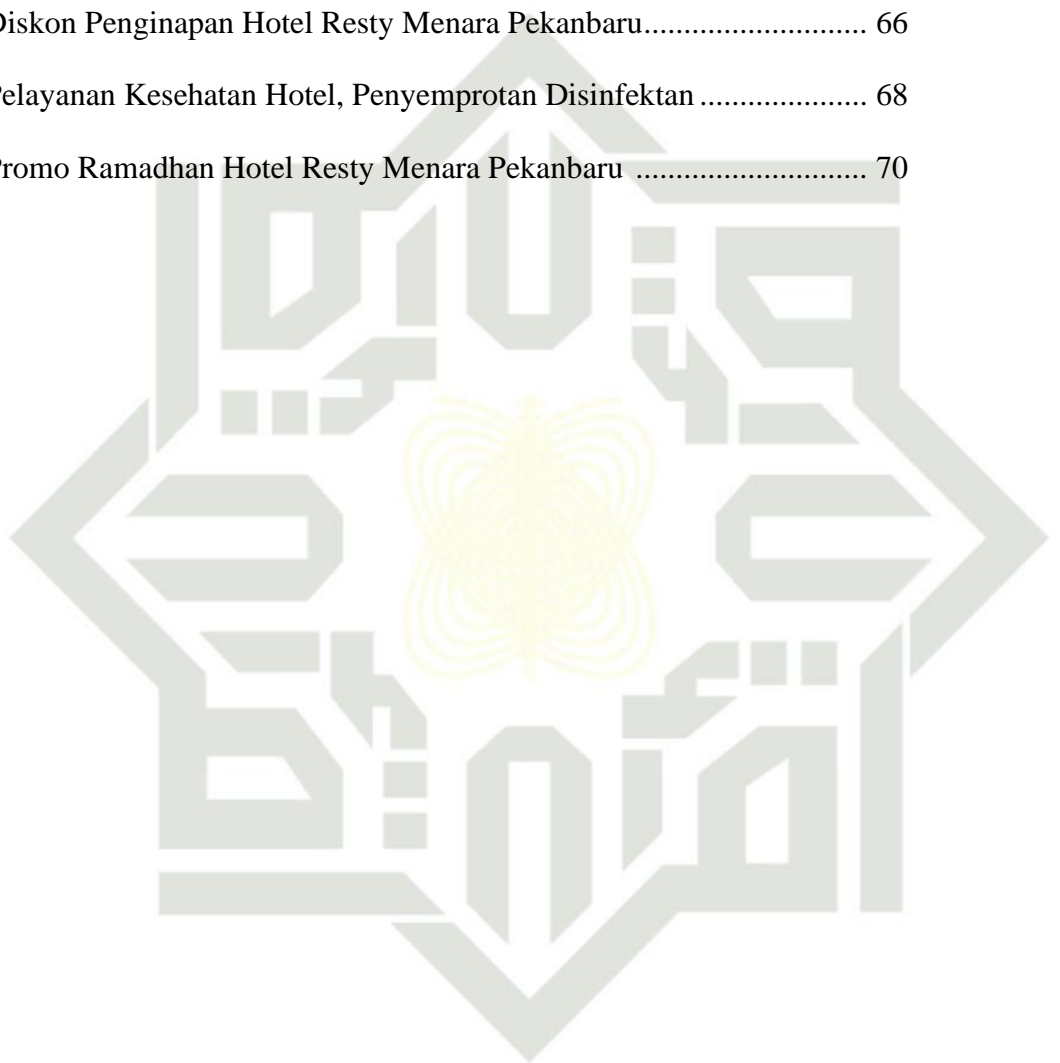
LAMPIRAN

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1	Struktur Organisasi Hotel Resty Menara Pekanbaru.....	58
Gambar 5.1	Pelayanan Kesehatan Hotel Resty Menara Pekanbaru.....	61
Gambar 5.2	Diskon Penginapan Hotel Resty Menara Pekanbaru.....	66
Gambar 5.3	Pelayanan Kesehatan Hotel, Penyemprotan Disinfektan	68
Gambar 5.4	Promo Ramadhan Hotel Resty Menara Pekanbaru	70



UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Jenis Kamar dan Jumlah Kamar Hotel Resty Menara Pekanbaru	48
Tabel 4.2	Fasilitas dan Layanan Hotel Resty Menara Pekanbaru.....	59



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Strategi komunikasi merupakan manajemen perencanaan menyeluruh komunikasi untuk mencapai efek komunikasi yang diinginkan. Efek komunikasi dalam pembangunan didefinisikan sebagai situasi komunikasi yang memungkinkan munculnya partisipasi masyarakat secara sadar, kritis, sukarela dan bertanggung jawab. Artinya, strategi komunikasi sangat menentukan sejauh mana kita mengerahkan seluruh kekuatan dan sumber daya demi tercapainya visi dan misi komunikasi. Strategi berguna sebagai pembimbing komunikasi untuk mencapai tujuan komunikasi.¹

Strategi komunikasi adalah kombinasi yang terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran (media), penerima sampai pada pengaruh (efek) yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal”.² Sedangkan menurut Hafied Cangara strategi komunikasi meliputi lima tahap, yaitu: Penelitian, Perencanaan, Pelaksanaan, Evaluasi, dan Pelaporan.

Untuk mencapai tujuan tersebut strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya secara taktis harus dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan (*approach*) bisa berbeda sewaktu- waktu tergantung dari situasi dan kondisi.”³

¹ Santoso S. Hamijoyo, *Komunikasi Partisipatoris*, (Bandung: Humaniora, 2005), 29.

² Hafied Cangara, *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*, (Jakarta: PT Raja Grafindo, 2013), 61.

³ Onong Uchjana Effendy, *Dimensi-dimensi Komunikasi*, (Bandung: Alumni, 1981), 84.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Strategi komunikasi memiliki peran penting didalam sebuah perusahaan. Dengan adanya strategi komunikasi, perusahaan diharapkan dapat berjalan dengan lancar tanpa adanya suatu hambatan. Perusahaan komersial dibidang jasa yaitu hotel juga menerapkan strategi komunikasi guna mempertahankan pelanggan sebagai bentuk kontribusi terhadap hotel.

Salah satu hotel bintang tiga yang menerapkan strategi komunikasi adalah Hotel Resty Menara Pekanbaru. Hotel Resty Menara Pekanbaru beralamat di jalan Sisingamangaraja No.102, Rintis, Kecamatan Lima Puluh, Kota Pekanbaru, Riau 28156. Hotel Resty Menara Pekanbaru menerapkan strategi komunikasi dalam bentuk lima tahapan, yaitu: Penelitian, Perencanaan, Pelaksanaan, Evaluasi & Laporan. Tujuan penerapan strategi ini dilakukan adalah untuk mempertahankan pelanggan hotel di era *new normal*.

Hotel Resty Menara Pekanbaru mengalami penurunan jumlah pelanggan hotel yang diakibatkan oleh wabah pandemi *COVID-19*. Penurunan pelanggan hotel ini dapat mengancam eksistensi dan keberlangsungan hidup hotel tentunya. Penurunan okupansi hotel ini juga disebabkan karena menurunnya tren kunjungan wisatawan dan pembatasan aktifitas hotel seperti pertemuan (*meeting*) serta pengadaaan acara atau *events*.

Pelanggan memiliki pengaruh besar terhadap keberlangsungan hidup perusahaan, terutama yang bergerak dalam bidang penjualan jasa, karena bagi perusahaan jasa, pelanggan merupakan sumber pemasukan. Semakin banyak pelanggan perusahaan, maka semakin besar pemasukan yang dapat diraih perusahaan. Sebaliknya semakin sedikit pelanggan perusahaan, maka semakin sedikit pula pemasukan yang dapat diraih perusahaan. Kualitas jasa yang unggul

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dan konsisten dapat menumbuhkan kepuasan pelanggan yang pada gilirannya akan memberikan dasar yang baik bagi penggunaan jasa yang berulang, mendorong terciptanya loyalitas pelanggan, membentuk rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan bagi perusahaan, dan reputasi perusahaan menjadi baik di mata pelanggan serta laba yang diperoleh meningkat.

Disadari atau tidak, mempertahankan pelanggan yang sudah ada jauh lebih menguntungkan daripada penciptaan pelanggan baru. Mempertahankan semua pelanggan yang ada pada umumnya akan lebih menguntungkan dibandingkan dengan pergantian pelanggan karena biaya untuk menarik pelanggan baru bisa dua kali lipat dari biaya mempertahankan seorang pelanggan yang sudah ada ⁴

Pada awal tahun 2020, dunia dilanda wabah penyakit yang dikenal dengan *Virus Corona (COVID-19)*. Menurut WHO (*World Health Organization*), wabah ini terjadi pertama kali pada tanggal 31 Desember 2019 di Kota Wuhan, Provinsi Hubei, China. Wabah ini menyebar hampir keseluruhan dunia termasuk Indonesia. *COVID-19* terjadi akibat adanya kontak antara manusia dan hewan, para ahli terus menyelidiki berbagai kemungkinan jenis hewan penularnya. Virus ini dikategorikan berbahaya dikarenakan dapat menyerang imun tubuh manusia yang akan menyebabkan kematian pada seseorang.

Ketika *Virus Corona (COVID-19)* menyebar hingga ke Indonesia, pemerintah Indonesia mengambil tindakan dengan melakukan PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) diberbagai daerah di Indonesia dengan tujuan membatasi pergerakan masyarakat dan memutus mata rantai penyebaran *Virus Corona*

⁴ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Marketing Management, 13th ed*, (London: Prentice Hall, Pearson Educational International, 2009).

(COVID-19). Penerapan PSBB di berbagai daerah di Indonesia, khususnya di Pekanbaru mengakibatkan terjadinya penurunan ekonomi di berbagai sektor kehidupan, termasuk sektor pariwisata yang bergerak dibidang jasa yaitu hotel.

Untuk memulihkan ekonomi ditengah masyarakat, pemerintah Indonesia melakukan penerapan pola hidup baru yang dikenal dengan *New Normal*. *New Normal* adalah sebuah istilah dalam bisnis dan ekonomi yang merujuk kepada kondisi-kondisi keuangan usai krisis keuangan 2007–2008, resesi global 2008–2012, dan pandemi COVID-19. Sejak itu, istilah tersebut dipakai pada berbagai konteks lain untuk mengimplikasikan bahwa suatu hal yang sebelumnya dianggap tidak normal atau tidak lazim, kini menjadi umum dilakukan.

New normal dilakukan sebagai upaya kesiapan untuk beraktivitas di luar rumah seoptimal mungkin, sehingga dapat beradaptasi dalam menjalani perubahan perilaku yang baru. Perubahan pola hidup ini dibarengi dengan menjalani protokol kesehatan sebagai pencegahan penyebaran dan penularan COVID-19.⁵.

B. Penegasan Istilah

Penegasan Istilah berfungsi untuk menjelaskan variabel variabel yang terkait dengan judul penelitian serta menghindari kesalahpahaman pembaca dalam memahami istilah yang ada.

C. Strategi

⁵Wikipedia.org, “Kenormalan Baru”, Dalam https://id.wikipedia.org/wiki/Kenormalan_baru,(diakses 13 Oktober 2020).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Strategi merupakan penetapan sasaran sebuah organisasi atau perusahaan dengan mengingat kekuatan internal dan eksternal serta merumuskan kebijakan tertentu untuk mencapai sasaran dan memastikan implementasinya secara tepat agar tujuan suatu organisasi dapat tercapai.⁶

2. Komunikasi

Dalam kamus besar bahasa Indonesia (KBBI) “Komunikasi adalah pengiriman dan penerimaan pesan dan berita antara dua orang atau lebih sehingga pesan yang dimaksud dapat dipahami”.⁷

3. Pelanggan

Pelanggan atau *customer* adalah individu atau kelompok yang terbiasa membeli sebuah produk atau jasa berdasarkan keputusan mereka atas pertimbangan manfaat maupun harga yang kemudian melakukan hubungan dengan perusahaan melalui telepon, surat, dan fasilitas lainnya untuk mendapatkan suatu penawaran baru dari perusahaan.⁸

4. Era New Normal

NewNormal (Normal Baru) adalah suatu cara hidup baru atau cara baru

⁶ George A. Steiner dan John B. Miner, *Kebijakan Dan Strategi Manajemen*, (Jakarta: Erlangga, 1997), 18.

⁷ Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Edisi 4, (Jakarta: Balai Pustaka, 2001), 79.

⁸ Paul Greenberg, *CRM at the speed of light : Social CRM Strategies, Tool, and Techniques for Engaging Your Customer*, 4th edition, (New York: McGraw-Hill, Inc, 2010), 8.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dalam menjalankan aktivitas hidup ditengah pandemi *Covid-19* yang belum selesai.⁹

Ruang Lingkup Kajian

Penelitian skripsi ini dilakukan di Hotel Resty Menara Pekanbaru dengan ruang lingkup kajian yaitu fakta yang berkaitan dengan strategi komunikasi yang bertujuan untuk mempertahankan pelanggan hotel di era *new normal*. Serta melihat seberapa besar pengaruh komunikasi dalam kemajuan industri perhotelan.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu , bagaimana strategi komunikasi di Hotel Resty Menara Pekanbaru dalam mempertahankan pelanggan hotel di Era *New Normal* ?

E. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi, menganalisis dan menginterpretasikan Strategi Komunikasi di Hotel Resty Menara Pekanbaru dalam Mempertahankan Pelanggan Hotel di Era *New Normal*.

⁹ Andrian Habibi, "Normal Baru Pasca Covid-19", *Adalah: Buletin Hukum dan Keadilan* Vol. 4 , No. 1 (2020), 198.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini memberikan berbagai macam kegunaan baik kegunaan akademik maupun kegunaan sosial. Selanjutnya juga dapat dijadikan sebuah peran serta atau kontribusi bagi akademisi, dan masyarakat umum, guna menyelesaikan masalah pada bidang ilmu komunikasi. Adapun kegunaan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Kegunaan Akademis

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan informasi terhadap perkembangan ilmu komunikasi khususnya di bidang strategi komunikasi .
2. Bagi peneliti lain juga dapat bermanfaat sebagai referensi dalam melakukan penelitian di bidang ilmu komunikasi.

b. Kegunaan Praktis

1. Penelitian ini diharapkan bisa bermanfaat sebagai informasi bagi perusahaan dan HRD Hotel Resty Menara Pekanbaru. Dan juga khususnya bagi pihak pihak dalam dunia Ilmu Komunikasi yang ada di beberapa perusahaan komersial. Dapat memberikan hasil atau kontribusi dalam aplikasi praktisi dari pemahaman teoritis serta untuk meningkatkan dan mengembangkan kualitas juga menghasilkan strategi komunikasi yang lebih baik dan dapat mempertahankan pelanggan hotel di era *new normal*.
3. Sebagai salah satu syarat dalam mencapai gelar sarjana di Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

F. Sistematika Penulisan

Agar mengetahui secara jelas keseluruhan terhadap penelitian ini, dapat ditulis susunan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Berisikan tentang latar belakang, penegasan istilah, ruang lingkup kajian, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian serta sistematika penulisan

BAB II KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PIKIR

Berisikan kajian tentang kajian teori, kajian terdahulu, dan kerangka pikir.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Berisikan metodologi penelitian berupa jenis dan pendekatan penelitian, lokasi dan waktu penelitian, sumber data atau informan penelitian, teknik pengumpulan data, validitas data, dan teknik analisis data.

BAB IV GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

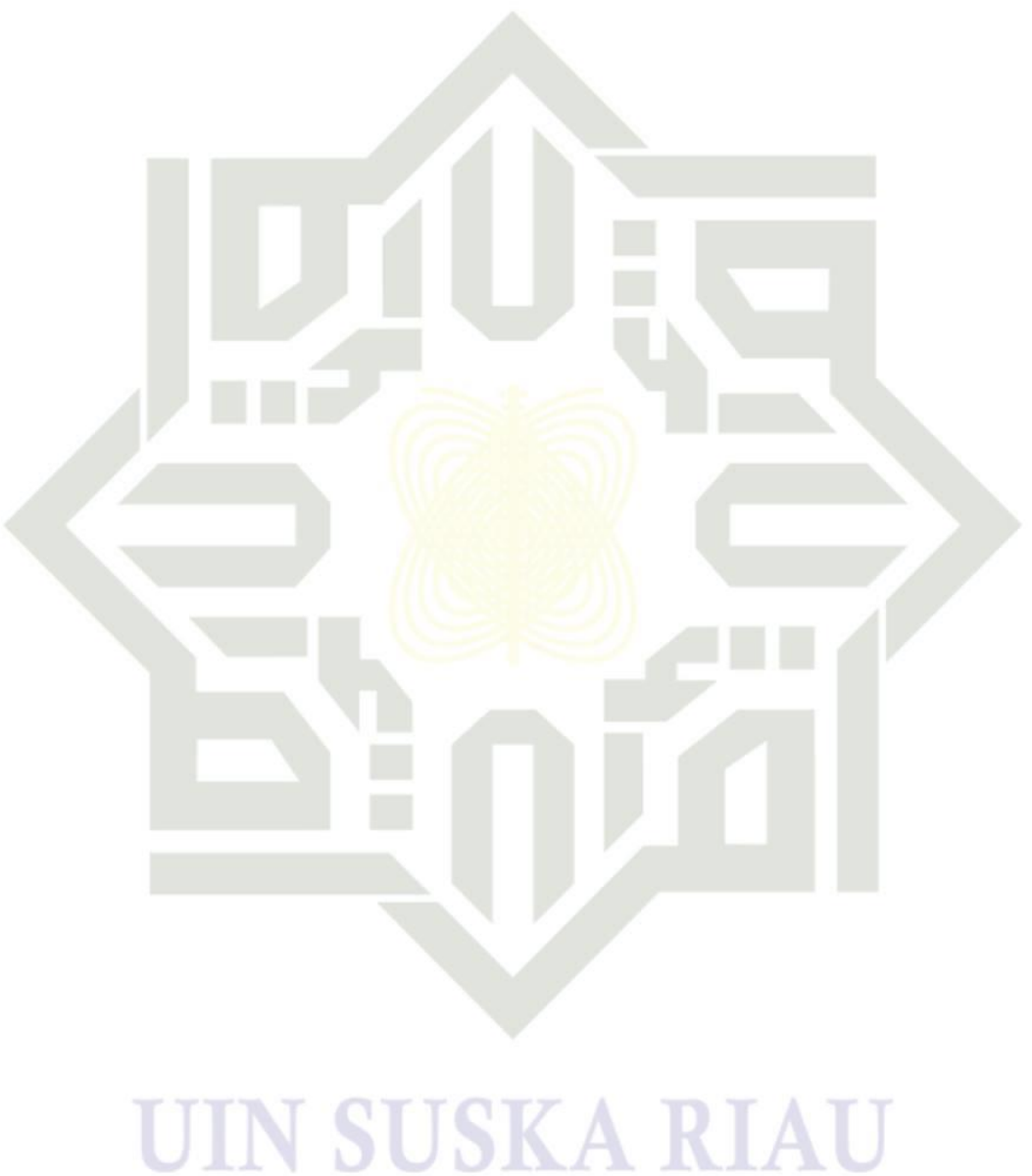
Berisikan tentang gambaran secara umum objek penelitian yang diteliti, berupa arah hotel resty menara, visi dan misi, struktur organisasi dan tugas divisi perusahaan.

BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berisikan pembahasan tentang hal-hal yang ditemukan saat penelitian dan kemudian dirumuskan hasil dari penelitian.

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

Berisikan kesimpulan dari penelitian yang telah diteliti, dalam hal tersebut peneliti juga memberikan saran dari hasil penelitian.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN-LAMPIRAN
DOKUMENTASI

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB II

KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PIKIR

A. Strategi Komunikasi

1. Strategi

Dalam kamus besar Bahasa Indonesia strategi adalah ilmu dan seni menggunakan semua sumber daya bangsa untuk melaksanakan kebijakan tertentu dalam perang.¹⁰ Ditinjau dari asal usul katanya, Istilah strategi berasal dari kata Yunani *Strategia* (*stratos* = militer; dan *ag* = memimpin), yang artinya seni atau ilmu untuk menjadi menjadi seorang jenderal.¹¹

Secara umum, strategi mempunyai pengertian yaitu sebagai suatu garis besar haluan dalam bertindak untuk mencapai sasaran yang telah di tentukan. Dalam menetapkan strategi, harus didahului oleh analisis kekuatan lawan yang meliputi jumlah personal, kekuatan, dan persenjataan, kondisi lapangan, posisi musuh dan lain sebagainya.¹²

Seiring dengan perkembangan ilmu pengetahuan, kata strategi banyak diadopsi dan diberikan pengertian yang lebih luas dengan bidang ilmu atau kegiatan yang menerapkannya. Pengertian strategi tidak lagi terbatas pada konsep atau seni seorang jenderal di masa perang, tetapi sudah berkembang pada tanggung jawab seorang pemimpin (Manajemen puncak).

Menurut *George Steiner* dan *John Minner* yang dikutip dalam bukunya yang telah dialih bahasakan dengan judul *Manajemen Strategi* mengatakan

¹⁰Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional RI, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* edisi ketiga, (Jakarta: Balai Pustaka, 2005), 1092.

¹¹Fandy Tjiptono dan Anastasia Diana, *Prinsip Dinamika Pemasaran, Edisi Pertama, Cet. Pertama* (Yogyakarta: JJ. Learning, 2000), 1.

¹² Abu Ahmat, et, All., *Strategi Belajar Mengajar*, (Bandung: Pustaka Setia, 1997), 11.

bahwa: “Strategi adalah penetapan misi perusahaan, penetapan sasaran organisasi dengan meningkatkan kekuatan eksternal dan internal, perumusan kebijakan dan implementasinya secara cepat, sehingga tujuan dan sasaran utama organisasi akan tercapai.”¹³

Strategi adalah sarana yang digunakan untuk mencapai tujuan akhir (sasaran). Tetapi, strategi bukanlah sekedar suatu rencana. Strategi ialah rencana yang disatukan: strategi mengikat semua bagian perusahaan menjadi satu. Strategi itu menyeluruh: strategi meliputi semua aspek penting perusahaan. Strategi itu terpadu: semua bagian rencana serasi satu sama lain dan bersesuaian.¹⁴

Peneliti memahami strategi sebagai suatu cara untuk mencapai suatu tujuan dengan hasil yang maksimal. Dengan strategi sebagai acuan maka setiap proses akan berjalan sesuai dengan strategi yang sudah ditentukan. Strategi bukan hanya sekedar cara untuk mencapai suatu rencana tetapi juga menjadikan rencana tersebut menjadi satu kesatuan yang utuh.

2. Komunikasi

a. Pengertian Komunikasi

Berdasarkan sejarah, pengertian komunikasi berasal dari Bahasa Latin *communis* yang berarti “sama”, *communico*, *communication*, atau *communicare* yang berarti “membuat sama” (*To make common*).¹⁵

¹³George Steiner dan John Minner, *Manajemen Strategik*, (Jakarta: Erlangga, tt), 70.

¹⁴ Lawrence R. Jauch dan William F. Glueck, *Strategi Management and Business Policy*, diilustrasikan oleh Murad, AR. Henry Sitanggang dan Herman Wibowo, *Manajemen Strategis dan Kebijakan Perusahaan, Edisi Ketiga*, (Jakarta: Erlangga, 1995), 12.

¹⁵ Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2008), 46.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Komunikasi secara sederhana, dapat di definisikan sebagai proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan akibat tertentu. Dalam pelaksanaannya, komunikasi dapat dilakukan secara primer (langsung) maupun secara sekunder (tidak langsung).¹⁶

Jadi pada hakikatnya, komunikasi merupakan pertukaran ide pengetahuan yang dapat di sampaikan melalui beberapa cara yaitu lisan, tulisan, atau tanda-tanda dan kesepahaman, umpan balik (*feed back*) adalah aspek yang menjadi indikator, apakah informasi yang disampaikan dapat diterima dengan baik maka sasaran dari proses komunikasi itu sendiri yakni menginformasikan, membujuk, memotivasi, bahkan mengubah dan membentuk suatu perilaku dapat dikatakan berhasil.¹⁷

b. Unsur-Unsur Komunikasi

Dalam melakukan komunikasi, ada komponen atau unsur-unsur yang terkandung didalamnya. Komponen atau unsur-unsur komunikasi sebagai berikut:

1. Komunikator

Komunikator adalah seseorang yang menyampaikan pesan dalam berkomunikasi. Komunikator bisa berupa seseorang yang sedang berbicara, penulis, kelompok atau organisasi komunikasi, seperti surat kabar, televisi, film dan sebagainya.¹⁸

2. Message (Pesan)

¹⁶ Wahyu Ilahi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2010), 4.

¹⁷ Onong Uchjana Effendy, *Dinamika Komunikasi*, Cet Ke. 7 (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2008), 10.

¹⁸ Roudhonah, *Ilmu Komunikasi*, Cet Ke.1, (Jakarta: UIN Jakarta Press, 2007), 45.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pesan pada dasarnya bersifat abstrak. Untuk membuatnya konkret agar dapat dikirim dan diterima oleh komunikan, manusia dengan akal budinya menciptakan sejumlah lambang komunikasi berupa suara, mimic, gerak-gerik, lisan dan tulisan. “Pesan bersifat abstrak, seorang komunikan tidak akan tahu apa yang ada didalam benak seorang komunikator, hingga seorang komunikator mewujudkan lambang-lambang komunikasi”.¹⁹

Pesan adalah sesuatu keseluruhan dari apa yang disampaikan oleh komunikator. Pesan bisa bersifat suatu informasi yang kemudian suatu komunikan (penerima pesan) dapat menyimpulkan sendiri.

Pesan juga bisa berupa suatu *persuasive* atau bujukan. *Persuasive* bujukan, yakni memangkitkan dan kesadaran seseorang bahwa apa yang kita sampaikan akan memberi sesuatu berupa pendapat atau sikap, sehingga ada perubahan.²⁰

3. Channel (Saluran)

Saluran komunikasi merupakan tempat berlalunya pesan dari komunikator ke pada komunikan.²¹ Pesan akan tersampaikan kepada komunikan melalui perantara. Saluran menjadi bagian terpenting dalam berkomunikasi karena dengan saluran maka pesan yang akan disampaikan kepada komunikan akan tersampaikan.

¹⁹Dani Vardiansyah, *Pengantar Ilmu Komunikasi: Pendekatan Taksonomi Konseptual*, (Bandung: Ghalia Indonesia, 2004), 23.

²⁰Roudhonah, *Op.cit*, 45.

²¹Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2007), 18.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4. *Communican* (Penerima Pesan)

Communican Adalah orang yang menerima pesan.²² Dalam berkomunikasi tentulah ada yang menerima pesan karena syarat adanya komunikasi adalah adanya komunikator yang memberi pesan dan ada komunikan sebagai penerima pesan.

5. *Effect* (Hasil)

Efek adalah hasil akhir dari suatu komunikasi, yakni sikap dan tingkah laku orang, seseorang atau tidak dengan yang kita inginkan.²³ Ketika komunikasi dilaksanakan maka akan memberikan efek tidak hanya kepada komunikan tetapi juga kepada komunikator. Efek bisa berupa adanya stimulus yang diberikan kepada komunikan untuk merubah sikap atau tingkah laku yang sesuai dengan keinginan komunikator.

6. *Feed Back* (Umpan Balik)

Feed back adalah tanggapan, jawaban atau respon komunikan kepada komunikator, bahwa komunikasinya dapat diterima dan berjalan.²⁴ *Feed back* terjadi ketika komunikan membalas pesan yang disampaikan komunikator.

3. Strategi Komunikasi

a. Pengertian Strategi Komunikasi

Alo Liliweri dalam bukunya yang berjudul “Komunikasi Serba Ada Serba Makna” mengatakan bahwa strategi komunikasi adalah:

²²Roudhonah, *Op.cit*, 46.

²³Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: Raja Grafindo, 1998), 24.

²⁴Roudhonah, *Op.cit*, 46.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Strategi yang mengartikulasikan, menjelaskan, dan mempromosikan suatu visi komunikasi dan satuan tujuan komunikasi dalam suatu rumusan yang baik.

2. Strategi untuk menciptakan komunikasi yang konsisten, komunikasi yang dilakukan berdasarkan satu pilihan (keputusan) dari beberapa opsi komunikasi.

3. Strategi berbeda dengan taktik, strategi komunikasi menjelaskan tahapan konkret dalam rangkaian aktivitas komunikasi yang berbasis pada satu teknik bagi pengimplementasian tujuan komunikasi. Adapun taktik adalah satu pilihan tindakan komunikasi tertentu berdasarkan strategi yang telah ditetapkan sebelumnya.²⁵

Menurut Onong Uchjana Effendy dalam bukunya “Dimensi- dimensi Komunikasi” mengungkapkan bahwa, strategi komunikasi merupakan panduan dari perencanaan komunikasi (*communication planning*) dan komunikasi manajemen (*communications management*) untuk mencapai suatu tujuan.

Untuk mencapai tujuan tersebut strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya secara taktis harus dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan (*approach*) bisa berbeda sewaktu- waktu tergantung dari situasi dan kondisi.”²⁶

Definisi lain dikemukakan oleh Muhammad Arni (2004) mengenai strategi komunikasi yaitu semua yang terkait mengenai rencana dan taktik atau cara yang akan dipergunakan untuk melancarkan komunikasi dengan menampilkan

²⁵ Alo Liliweri, *Komunikasi: Serba Ada Serba Makna*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011), 240.

²⁶ Onong Uchjana Effendy, *Dimensi-dimensi Komunikasi*, (Bandung: Alumni, 1981), 84.

pengirim, pesan, dan penerima nya pada proses komunikasi untuk mencapai tujuan yang diinginkan.²⁷

Selanjutnya ditambahkan dengan pernyataan dari Middleton bahwa strategi komunikasi adalah kombinasi yang terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran (media), penerima sampai pada pengaruh (efek) yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal.²⁸ Sedangkan menurut Hafied Cangara strategi komunikasi meliputi lima tahap, yaitu: Penelitian, Perencanaan, Pelaksanaan, Evaluasi, dan Pelaporan.²⁹

b. Fungsi Strategi Komunikasi

Berhasil tidaknya komunikasi bergantung pada strategi komunikasi. Lebih-lebih dalam kegiatan komunikasi massa, tanpa strategi komunikasi media massa dalam bentuk apapun, atau bahkan lembaga-lembaga yang mengikutsertakan komunikasi akan berpengaruh pada hasil yang negative. Dengan demikian secara makro (*planned multimedia strategy*) maupun secara mikro (*single communication medium strategy*) mempunyai fungsi ganda:

Menyebarkan pesan komunikasi yang bersifat *informative, persuasive, dan instruktif* secara sistematis kepada sasaran untuk memperoleh hasil yang optimal.

Menjembatani “kesenjangan budaya” (*cultural gap*) akibat kemudahan diperolehnya dan kemudahan dioperasikan media massa yang begitu ampuh,

²⁷ Muhammad Arni, *Komunikasi Organisasi, Cet Ke. 6*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2004),

²⁸ Hafied Cangara, *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*, (Jakarta: PT Raja Grafindo, 2013), 61.

²⁹ *Ibid*, 72-73.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

yang jika dibiarkan akan merusak nilai- nilai budaya.³⁰

Secara sentral, tujuan strategi komunikasi yang dituturkan oleh R. Wayne Pace, Brent D. Peterson, dan M. Dallas Burnett dalam bukunya, *Techniques For Effective Communications*, menyatakan bahwa tujuan sentral kegiatan komunikasi terdiri dari tiga tujuan utama, yaitu:

1. *To secure understanding*
2. *To establish acceptance*
3. *To motivate action.*

Tiga tujuan ini sangat berkaitan erat, karena pertama *to secure understanding*, memastikan bahwa komunikan mengerti pesan yang diterimanya. Andai kata ia sudah dapat mengerti dan menerima, maka penerimaannya itu harus di bina (*to establish acceptance*). Pada akhirnya kegiatan di motivasikan (*to motivate action*).³¹

c. Tahapan Strategi Komunikasi

Seperti yang telah dikatakan oleh Onong Uchjana Effendy bahwa strategi komunikasi merupakan paduan dari perencanaan komunikasi dengan manajemen komunikasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan”, maka tahapan yang digunakan adalah perpaduan model tahapan perencanaan komunikasi dan tahapan manajemen untuk dapat digunakan dalam penelitian ini. Hafied Cangara dalam bukunya yang berjudul “Perencanaan dan Strategi Komunikasi” menyebutkan tahapan perencanaan komunikasi meliputi lima

³⁰ Onong Uchjana Effendy, *Dinamika Komunikasi*, (Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, 2004), 28.

³¹ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, (Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, 2007), 32.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

tahapan, yaitu: Penelitian, Perencanaan, Pelaksanaan, Evaluasi dan Pelaporan. Sedangkan Bambang Hariadi dalam buku “Manajemen Strategi” mengatakan, bahwa “proses strategi manajemen pada dasarnya meliputi tiga langkah utama, yaitu : perumusan strategi, implementasi strategi, dan evaluasi strategi”.³² Terdapat tiga tahap yang memiliki kesamaan makna dari kedua tahap tersebut, dengan demikian tahapan strategi komunikasi terdiri dari lima tahapan, yaitu:

1. Penelitian (*Research*)

Sebuah organisasi atau Lembaga memerlukan tenaga spesialis yang berfungsi untuk menangani masalah-masalah komunikasi seperti keperluan pencitraan perusahaan atau kegiatan kerjasama dengan pemangku kepentingan lainnya. Penelitian dimaksudkan untuk mengetahui *problematic* yang dihadapi sebuah lembaga. *Problematic* bisa dalam bentuk wabah penyakit yang akan menyerang anggota masyarakat, kerugian perusahaan, ketidakpercayaan terhadap organisasi dan lain sebagainya.³³

Dalam tahapan penelitian dapat diartikan juga sebagai tahapan dalam menemukan fakta. Tahapan ini bertujuan untuk mencari fakta atau permasalahan yang terjadi untuk dijadikan bahan rumusan membuat strategi komunikasi yang akan dilakukan oleh lembaga atau organisasi untuk mencapai tujuannya.

³²Bambang Hariadi, *Strategi Manajemen: Strategi Memenangkan Perang Bisnis*, (Malang: Bayumedia, 2005), 4.

³³Hafied Cangara, *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*, (Jakarta: PT Raja Grafindo, 2013), 72.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Perencanaan (*Plan*)

Perencanaan sama dengan perumusan, yaitu proses penyusunan langkah-langkah kedepan yang dimaksudkan untuk menetapkan tujuan strategis, serta merancang merancang strategi untuk mencapai tujuan tersebut.³⁴ Dengan demikian, dalam tahap perumusan diperlukan strategi tentang pemilihan atau penentuan sumber (komunikator), pesan, media, sasaran (segmen), dan efek yang diharapkan.³⁵ Sumber atau komunikator disini adalah individu atau lembaga yang bersifat sebagai pemberi pesan yang berupa informasi atau penyuluhan. Selanjutnya media adalah perantara yang digunakan oleh sumber untuk menyampaikan pesannya kepada sasaran yang ingin dituju, yaitu komunikannya. Sasaran dari tahap perumusan bisa berupa masyarakat luas atau kelompok tertentu, dengan tujuan memperoleh efek yang diharapkan.

3. Pelaksanaan (*Execute*)

Pelaksanaan adalah tindakan yang diambil dalam rangka implementasi rumusan strategi yang telah dibuat. Tahap pelaksanaan dalam sebuah lembaga berarti pengorganisasian seluruh divisi-divisi di perusahaan tersebut untuk menjalankan rumusan yang telah disepakati. Tahap pelaksanaan bisa dilakukan dalam bentuk tayangan ditelevisi, wawancara di radio, pemasangan iklan di surat kabar, pemasangan baliho atau spanduk di jalanan, dan pemberangkatan tim penyuluhan untuk bertatap muka dengan komunitas dilokasi yang menjadi target

³⁴ Bambang Hariadi, *Op.cit*, 5.

³⁵ Hafied Cangara, *Op.cit*, 72.

sasaran.³⁶ Inti dari tahap pelaksanaan hanya satu, yaitu untuk menyebarkan informasi kepada seluruh target sasaran yang telah ditetapkan dalam rumusan.

4. Evaluasi (*Measure*)

Evaluasi dilakukan untuk mengetahui hasil akhir dari kegiatan yang telah dilaksanakan, apakah kinerja sesungguhnya sesuai dengan kinerja yang diharapkan. Seperti apakah media yang digunakan efektif untuk digunakan sebagai implementasi strategi tersebut, apakah tujuan dari strateginya tercapai, apakah pesan yang disampaikan dapat dipahami oleh penerima, dan tindakan apa yang dilakukan khalayak setelah menerima dan mengerti informasi yang disampaikan. Tahap evaluasi sangat penting untuk dilakukan karena bila strategi itu berjalan dengan baik maka strategi itu bisa dipakai pada masalah-masalah berikutnya, tetapi bila ada kekurangan bisa di perbaiki untuk pembelajaran kedepannya.

5. Pelaporan (*Report*)

Pelaporan ialah tindakan terakhir dari kegiatan strategi komunikasi yang telah dilaksanakan. Laporan sebaiknya dibuat secara tertulis kepada pimpinan kegiatan untuk dijadikan bahan kegiatan. Jika dalam laporan itu diperoleh hasil positif dan berhasil, maka bisa dijadikan sebagai landasan untuk program selanjutnya. Tapi jika dalam program itu ditemukan hal-hal yang kurang sempurna, maka temuan tersebut bisa dijadikan sebagai bahan pertimbangan untuk merevisi atau memodifikasi program yang akan dilakukan.³⁷

³⁶*Ibid*, 73.

³⁷*Ibid*, 73.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

c. Langkah Langkah Dalam Strategi Komunikasi

Dalam rangka melaksanakan strategi komunikasi diperlukan langkah-langkah strategis yang perlu dijalankan untuk menyusun langkah-langkah tersebut dibutuhkan suatu pemikiran dengan memperhitingkan komponen-komponen komunikasi serta faktor pendukung dan faktor penghambat komunikasi.

1. Mengenali Sasaran Komunikasi

Sebelum melancarkan komunikasi, perlu mempelajari siapa- siapa yang akan menjadi sasaran komunikasi. Hal ini akan sangat bergantung pada tujuan komunikasi, apakah tujuan dari komunikasi tersebut sebatas komunikan mengetahui (dengan metode informatif) atau agar komunikan melakukan tindakan tertentu dengan menggunakan metode persuasif.

2. Pemilihan Media Komunikasi

Media komunikasi banyak jumlahnya, pemilihan media komunikasi sangatlah bergantung pada komunikasi yang akan dituju. Untuk menyampaikan pesan terhadap masyarakat perkotaan maka media yang lebih efektif untuk digunakan adalah media cetak., audio dan audio visual. Sedangkan untuk masyarakat pedesaan media yang sering digunakan adalah papan pengumuman atau juga radio komesial maupun radio komunitas.

3. Pengkajian Tujuan Komunikasi

Pesan komunikasi mempunyai tujuan tertentu. Ini menentukan teknik yang harus diambil, apakah menggunakan teknik informasi, teknik persuasi, atau teknik instruksi. Pesan komunikasi terdiri atas isi pesan dan lambang. Isi pesan komunikasi bisa satu, tetapi lambang yang digunakan bisa macam-macam.

Lambang yang bisa digunakan untuk menyampaikan isi komunikasi adalah bahasa, gambar, warna, kias dan lain-lain.³⁸

4. Pelanggan

Pelanggan adalah orang yang membeli dan menggunakan produk. Dalam perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa, pelanggan adalah orang yang menggunakan jasa pelayanan. Adapun Griffin menyatakan bahwa *customer* (pelanggan) memberikan pandangan mendalam yang penting untuk memahami mengapa perusahaan harus menciptakan dan memelihara pelanggan dan bukan hanya menarik pembeli. Definisi itu berasal dari *custom* yang didefinisikan sebagai “*membuat sesuatu menjadi kebiasaan atau biasa dan mempraktikkan kebiasaan*”.³⁹

Pelanggan (*customer*) berbeda dengan konsumen (*consumer*), yaitu seorang dapat dikatakan sebagai pelanggan apabila orang tersebut mulai membiasakan diri untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan oleh suatu perusahaan. Kebiasaan tersebut dapat dibangun melalui pembelian berulang-ulang dalam jangka waktu tertentu, apabila dalam jangka waktu tertentu tidak melakukan pembelian ulang, maka orang tersebut tidak dapat dikatakan sebagai pelanggan tetapi sebagai seorang pembeli atau konsumen.⁴⁰

³⁸ Syarif Fadilah, “Strategi Komunikasi Program Pembibitan Penghafal Al-Qur’an Daarul Qur’an Dalam Mensosialisasikan Program Sedekah Produktif”. (Skripsi Komunikasi Dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Jakarta, 2011).

³⁹ Zulian Yamit, *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*, (Yogyakarta: Ekonisia, 2004),

⁴⁰ Trisno Musanto, “Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan: Studi Kasus Pada CV. Sarana Media Advertising Surabaya”, *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan* Vol.6, No.2 (September 2004).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Memuaskan kebutuhan pelanggan adalah keinginan setiap produsen/lembaga penyedia layanan jasa. Selain menjadi faktor penting bagi kelangsungan hidup lembaga tersebut, memuaskan kebutuhan pelanggan dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan. Kepuasan pelanggan mencakup perbandingan antara harapan dan kinerja yang diterima.⁴¹ Karena pelanggan adalah orang yang menerima hasil pekerjaan seseorang, maka pelangganlah yang menentukan apakah suatu produk atau jasa tersebut berkualitas atau tidak.

Untuk dapat memuaskan pelanggan, pihak penyedia layanan jasa dapat melakukan tahapan berikut:

- a. Mengetahui kebutuhan dan keinginan pelanggan⁴², yaitu dengan cara melakukan penelitian untuk mengetahui kebutuhan dan keinginan pelanggan. Mengetahui apa yang diinginkan pelanggan atas suatu produk atau jasa akan memudahkan perusahaan/lembaga dalam mengkomunikasikan produk/ layanan jasa kepada sasaran pelanggannya.
- b. Mengetahui proses pengambilan keputusan dalam membeli.⁴³ Dengan mengetahui tipe pengambilan keputusan pelanggan dalam memilih dan menggunakan layanan jasa, pihak penyedia jasa dapat memprediksi faktor yang mempengaruhi pelanggan dalam memutuskan pembelian dan memilih cara pelayanan pelanggan yang tepat.

⁴¹ A. Usmara, *Strategi Baru Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta: Amoro Book, 2003),

⁴² Zulian Yamit, *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*, (Yogyakarta: Ekonisia, 2001),

⁴³ *Ibid*, 94.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Membangun citra lembaga.⁴⁴ Lembaga perlu memperhatikan proses informasi yang membentuk persepsi pelanggan terhadap layanan yang telah diberikan. Persepsi positif atau negatif sangat tergantung pada informasi yang diterima pelanggan atas jasa pelayanan yang telah diberikan oleh lembaga.

Membangun kesadaran akan pentingnya kepuasan pelanggan.⁴⁵ Membangun kesadaran harus diimplementasikan dalam tindakan nyata bahwa semua unit/bagian yang ada dalam lembaga bertanggung jawab untuk memuaskan pelanggan. Jika kepuasan pelanggan menjadi motivasi setiap unit/bagian dalam lembaga/organisasi, maka pembentukan citra lembaga juga akan maksimal.

5. Hotel

Menurut *hotel propriitors act* hotel adalah “suatu perusahaan yang dikelola oleh pemiliknya dengan menyediakan pelayanan makanan, minuman dan fasilitas kamar untuk tidur kepada orang-orang yang sedang melakukan perjalanan dan mampu membayar dengan jumlah yang wajar sesuai dengan pelayanan yang diterima tanpa adanya perjanjian khusus”.⁴⁶

Selanjutnya dalam surat keputusan Menparpostel No. KM37/PW.340/MPPT-86, tentang Peraturan Usaha dan Penggolongan Hotel Bab I pasal 1, ayat (b) menyebutkan hotel adalah “suatu jenis akomodasi yang mempergunakan sebagian atau seluruh bangunan untuk menyediakan jasa penginapan, makanan dan minuman serta jasa pengunjung lainnya bagi umum dikelola secara komersial”.

⁴⁴*Ibid*, 94.

⁴⁵*Ibid*, 94.

⁴⁶ Agus Sulastiyono, *Manajemen Penyelenggaraan Hotel*, (Bandung: Alfabeta, 1999), 50.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Menurut *united state lodging industri* hotel terbagi menjadi tiga jenis yaitu⁴⁷ :

1. *Transient hotel*, adalah hotel yang letak/lokasinya ditengah kota dengan jenis tamu yang menginap sebagian besar adalah urusan bisnis dan turis.
2. *Residential hotel*, adalah hotel yang pada dasarnya merupakan rumah- rumah berbentuk apartemen dengan kamar-kamarnya, dan disewakan secara bulanan atau tahunan. *Residential hotel* juga menyediakan kemudahan-kemudahan seperti layaknya hotel, seperti restoran, pelayan makan yang diantar hotel, seperti restoran, pelayanan makan yang diantar ke kamar, dan pelayanan kebersihan.
3. *Resort hotel*, adalah hotel yang pada umumnya berlokasi di tempat-tempat wisata, dan menyediakan tempat-tempat rekreasi dan ruang serta fasilitas konfrensi untuk tamu-tamunya.

6. Era New Normal

New Normal adalah sebuah istilah dalam bisnis dan ekonomi yang merujuk kepada kondisi-kondisi keuangan usai krisis keuangan 2007–2008, resesi global 2008–2012, dan pandemi *COVID-19*. Sejak itu, istilah tersebut dipakai pada berbagai konteks lain untuk mengimplikasikan bahwa suatu hal yang sebelumnya dianggap tidak normal atau tidak lazim, kini menjadi umum dilakukan.

New normal dilakukan sebagai upaya kesiapan untuk beraktivitas di luar rumah seoptimal mungkin, sehingga dapat beradaptasi dalam menjalani perubahan perilaku yang baru. Perubahan pola hidup ini dibarengi dengan

⁴⁷*Ibid*, 6.

menjalani protokol kesehatan sebagai pencegahan penyebaran dan penularan COVID-19.⁴⁸

Pelaksanaan Era *New Normal*⁴⁹ :

1. *New Normal* merupakan kebijakan membuka kembali aktivitas ekonomi, sosial dan kegiatan publik secara terbatas dengan menggunakan standar kesehatan yang sebelumnya tidak ada sebelum pandemi Covid-19.

2. *New Normal* merupakan upaya menyelamatkan hidup warga dan menjaga agar negara tetap bisa berdaya menjalankan fungsinya.

3. *New Normal* merupakan tahapan baru setelah kebijakan di rumah saja atau bekerja dari rumah atau pembatasan sosial diberlakukan untuk mencegah penyebaran masif wabah Covid-19.

4. *New Normal* diberlakukan dengan kesadaran penuh bahwa wabah masih ada di sekitar kita. Untuk itu aktivitas ekonomi/publik diperbolehkan dengan syarat menggunakan protokol kesehatan yang telah ditetapkan.

5. Jika *New Normal* tidak dilakukan maka dampak sosial ekonominya tidak akan bisa tertahankan. Kebangkrutan korporasi selanjutnya ekonomi akan membawa efek domino kebangkrutan negara.

⁴⁸ Wikipedia.org, “Kenormalan Baru”, Dalam https://id.wikipedia.org/wiki/Kenormalan_baru, (diakses 13 Oktober 2020).

⁴⁹ Akseleran.co.id, “10 Fakta Menarik The New Normal”, Dalam <https://www.akseleran.co.id/blog/fakta-menarik-new-normal/>, (diakses 13 Oktober 2020).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

B. Kajian Terdahulu

Dalam penelitian ini, ada beberapa judul skripsi dan jurnal, yang dijadikan penulis sebagai kajian terdahulu, yaitu sebagai berikut:

1. Nabila Kusuma Vardhani, Agnes Siwi Purwaning Tyas, Program Studi Bahasa Inggris/Departemen Bahasa, Seni dan Manajemen Budaya/Sekolah Vokasi, Universitas Gadjah Mada Yogyakarta dengan judul jurnal "*Strategi Komunikasi Dalam Interaksi Dengan Mahasiswa Pertukaran Asing*", Tahun 2018.⁵⁰

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengamati bagaimana mahasiswa tahun pertama dan ketiga di UGM mengatasi masalah komunikasi mereka ketika berbicara dengan mahasiswa CDTC yang bahasa aslinya bukan Bahasa Inggris kemudian menjadikan data penelitian ini sebagai masukan untuk mengembangkan kurikulum berikutnya. Penulis menggunakan strategi komunikatif Tarone untuk mengidentifikasi strategi mahasiswa.

Studi ini menggunakan metode observasi dan wawancara untuk membandingkan komunikasi yang dilakukan oleh pembelajar bahasa asing di tahun pertama dan tahun ke tiga dalam berkomunikasi dengan mahasiswa pertukaran asing. Objek penelitian dari studi ini adalah mahasiswa Bahasa Inggris Sekolah Vokasi Universitas Gadjah Mada di tahun pertama (semester 1) dan tahun ke tiga (semester 5). Saat data ini diambil, mahasiswa tahun pertama adalah mahasiswa angkatan 2017 dan mahasiswa tahun ke tiga merupakan angkatan 2015.

⁵⁰ Nabila Kusuma Vardhani, Agnes Siwi Purwaning Tyas, Program Studi Bahasa Inggris/Departemen Bahasa, Seni dan Manajemen Budaya/Sekolah Vokasi, Universitas Gadjah Mada "*Strategi Komunikasi Dalam Interaksi Dengan Mahasiswa Pertukaran Asing*", *Jurnal Gama Societa*, Vol. 2 No. 1, Mei 2018, 9-16.

Program Studi Bahasa Inggris SV UGM dapat mempertimbangkan untuk membedakan asal negara bagi peserta pertukaran mahasiswa asing bagi mahasiswa semester baru dan semester akhir. Keduanya memiliki karakteristik dan mental yang berbeda dalam menghadapi mahasiswa asing yang bekerja bersama mereka di dalam kelas. Selain itu, Program Studi Bahasa Inggris SV UGM dapat mengevaluasi mata kuliah yang berfokus pada peningkatan kosa kata untuk bisa lebih memberikan penekanan pada mata kuliah tersebut. Kemudian, menyediakan pengajar penutur asing sejak semester awal juga bisa menjadi masukan agar para mahasiswa menjadi lebih percaya diri saat menerima mahasiswa asing atau menjadi peserta pertukaran mahasiswa di negara lain.

2. Asmaul Husna, Jurusan Komunikasi Dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah Dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Darussalam Banda Aceh dengan judul skripsi “*Strategi Komunikasi Bisnis El-Hanief Dalam Upaya Membranding Usaha Konveksi Pertama Di Banda Aceh*”, Tahun 2018.⁵¹

Dalam skripsi ini membahas tentang “*Strategi Komunikasi Bisnis El-Hanief Dalam Upaya Membranding Usaha Konveksi Pertama di Banda Aceh*”. Dalam penelitian ini ada dua hal yang ingin dikaji sebagai tujuan penelitian yaitu bagaimana strategi komunikasi yang dibangun oleh bisnis Elhanief Konveksi untuk memasarkan usahanya. Dan apa saja hambatan-hambatan yang di hadapi dalam usaha bisnis. Adapun metode yang digunakan adalah metode kualitatif dengan menggunakan teknik pengumpulan data melalui wawancara (*interview*)

⁵¹ Asmaul Husna, “Strategi Komunikasi Bisnis El-Hanief Dalam Upaya Membranding Usaha Konveksi Pertama Di Banda Aceh”. (Skripsi Komunikasi Dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Darussalam Banda Aceh, 2018).

observasi dan dokumentasi.

Hasil dari penelitian tersebut bahwa dalam perusahaan terjadi hambatan karena Elhanief Konveksi baru memiliki konsumen dan tergolong minim dari Banda Aceh dan sekitarnya, walaupun Elhanief sudah melakukan promosi media massa. Hal ini dikarenakan konsumen daerah lain lebih memilih memesan produk dari luar Aceh karena menurut mereka lebih terjamin. Penyebabnya karena Elhanief merupakan perusahaan baru yang bergerak di bidang konveksi dan merupakan perusahaan konveksi pertama yang hadir di Aceh.

Kegiatan pemasaran yang dilakukan yaitu dengan menggunakan jasa media cetak di koran Serambi seperti pembuatan iklan yang dilakukan kurang lebih 5 kali dalam setiap bulannya. Kajian dengan menggunakan pendekatan komunikasi persuasif dan sistem penerapan teori AIDDA (*Attention, Interest, Desire, Desicition, Action*).

3. Ni Luh Putu Sariyani, Manajemen dan Bisnis, Universitas Pendidikan Nasional Denpasar Bali dengan judul jurnal “*Strategi Komunikasi Dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan Di BHR Law Office*”, Tahun 2019.⁵²

Tujuan dari penelitian ini ialah untuk mengetahui strategi komunikasi dalam meningkatkan kinerja, karyawan di BHR Law Office. Penelitian ini menggunakan Teknik analisis data deskriptif kualitatif. Adapun Teknik pengumpulan data berupa observasi (pengamatan), dokumentasi (bahan-bahan yang langsung dari lapangan), serta wawancara kepada pimpinan dan karyawan

⁵² Ni Luh Putu Sariyani, Manajemen dan Bisnis, Universitas Pendidikan Nasional Denpasar “*Strategi Komunikasi Dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan Di BHR Law Office*”, *Jurnal Ilmiah Manajemen & Bisnis*, Volume 4, No. 2, Desember 2019.

BHR Law Office. Berdasarkan hasil penelitian menyimpulkan bahwa komunikasi adalah hal yang mengikat kesatuan perusahaan. Berkomunikasi dengan baik dalam sebuah perusahaan tidaklah mudah. Strategi komunikasi perusahaan dibutuhkan untuk meningkatkan kinerja karyawan, dimana BHR Law Office menerapkan strategi komunikasi yang menekankan kepada pesan komunikasi verbal dan komunikasi non verbal.

Hasil dari penelitian strategi komunikasi pada BHR Law Office menitik beratkan kepada pesan, baik melalui komunikasi verbal dan komunikasi nonverbal. Dimana pesan menjadi produk komunikasi perusahaan melalui rapat rutin bulanan, rapat informal bulanan, serta rapat informal tahunan. Komunikasi non verbal yang digunakan ialah melalui Email, Surat Menyurat, dan juga melalui sosial media seperti Grup Whatsapp Perusahaan. Komunikasi non verbal dapat memberikan penekanan terhadap informasi yang disampaikan secara verbal dari pimpinan dengan karyawan ataupun sesama karyawan sehingga miskomunikasi dapat diminimalkan serta menciptakan iklim kerja yang sehat.

4. Tengku Melinda Situmorang, Jurusan Komunikasi Dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah Dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara dengan judul skripsi ”*Strategi Komunikasi Organisasi Pemerintah Kabupaten Labuhan Batu Utara Dalam Melahirkan Kebijakan Pemberian Beasiswa MoU Bagi Mahasiswa Berprestasi Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan*”, Tahun 2019.⁵³

⁵³ Tengku Melinda Situmorang, “Strategi Komunikasi Organisasi Pemerintah Kabupaten Labuhan Batu Utara Dalam Melahirkan Kebijakan Pemberian Beasiswa MoU Bagi Mahasiswa

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi organisasi Pemerintah Kabupaten Labuhanbatu Utara, untuk mengetahui peran pemerintahan Kabupaten Labuhanbatu Utara, untuk mengetahui hambatan yang dihadapi Pemerintah Kabupaten Labuhanbatu Utara, selain dari pada itu untuk mengetahui solusi dari hambatan yang dihadapi pemerintah Kabupaten Labuhanbatu Utara dalam melahirkan kebijakan pemberian beasiswa MoU bagi mahasiswa berprestasi.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, karena penelitian ini menjelaskan fenomena yang terjadi ketika pemerintah Kabupaten Labuhanbatu Utara dalam melakukan strategi komunikasi organisasi pemerintahan kabupaten Labuhanbatu Utara dalam melahirkan kebijakan pemberian beasiswa MoU bagi mahasiswa berprestasi Universitas Islam Negeri Sumatera Utara. Oleh karena itu peneliti mengumpulkan data-data yang didapat dari informan penelitian.

Adapun strategi komunikasi organisasi pemerintah Kabupaten Labuhanbatu Utara dalam melahirkan kebijakan pemberian Beasiswa MoU bagi mahasiswa berprestasi di Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, mengumpulkan mahasiswa yang kuliah di Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, memberikan arahan dan motivasi pada semua mahasiswa yang berasal dari Kabupaten Labuhanbatu Utara agar lebih meningkatkan prestasi akademik.

Andi Surahmi, H. Muhammad Farid, Program Studi Magister Ilmu Komunikasi, Universitas Hasanuddin Makassar dengan judul jurnal “Strategi Berprestasi Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan”. (Skripsi Komunikasi Dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, 2019).

Komunikasi Dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Terhadap Pembangunan Di Kecamatan Duampanua Kabupaten Pinrang”, Tahun 2018.⁵⁴

Dukungan masyarakat terhadap pelaksanaan pembangunan merupakan salah satu faktor yang dapat menentukan keberhasilan dan kegagalan setiap program pembangunan. Oleh karena itu dukungan masyarakat hendaknya selalu mendapat perhatian dan selalu diusahakan keberadaannya dalam setiap kesempatan. Namun untuk menggerakkan masyarakat agar ikut terlibat aktif dalam pembangunan maka dibutuhkan strategi komunikasi yang baik oleh seorang pemimpin. Tujuan dari artikel ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis strategi komunikasi dalam meningkatkan partisipasi masyarakat terhadap pembangunan di Kecamatan Duampanua dan untuk mengetahui tingkat partisipasi masyarakat Kecamatan Duampanua dalam pembangunan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif sebagai metode penyelesaian masalah penelitian ini. Penelitian ini menggunakan teknik wawancara mendalam, observasi dan dokumen-dokumen. Data dianalisis melalui tahapan reduksi data, penyajian data, pengambilan kesimpulan dan verifikasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dalam meningkatkan partisipasi masyarakat di Kecamatan Duampanua Kabupaten Pinrang untuk ikut serta dalam pembangunan daerah, strategi komunikasi yang diterapkan oleh aparat pemerintah Kecamatan Duampanua yaitu *Sender* (komunikator), *Message* (pesan), *Channel* (media), *Receiver* (komunikan) serta pembangunan

⁵⁴ Andi Surahmi, H. Muhammad Farid, “Strategi Komunikasi Dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Terhadap Pembangunan Di Kecamatan Duampanua Kabupaten Pinrang”, *Jurnal Komunikasi KAREBA*, Vol. 7, No. 2, Juli-Desember 2018.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

tidak lanjut pembangunan secara partisipatif serta faktor yang mempengaruhi komunikasi pembangunan kecamatan secara partisipasi di Kecamatan Duampanua. Adapun tingkat partisipasi masyarakat terhadap pembangunan di Kecamatan Duampanua Kabupaten Pinrang, dilakukan dalam bentuk partisipasi fisik dan non fisik. Dalam partisipasi fisik yaitu keterlibatan masyarakat berupa bantuan tenaga dan bantuan materiil. Sedangkan partisipasi non fisik yaitu Pemerintah Kecamatan Duampanua memberikan peluang kepada masyarakat untuk memberikan sumbangsi pemikiran yang baik untuk rencana pembangunan Kecamatan Duampanua.

6. Gan Gan Anugrah Abadi, Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa Banten dengan judul skripsi “*Strategi Komunikasi Bisnis Untuk Mencapai Tujuan Pemasaran (Studi Kasus Pada Concept Photography Serang)*”, Tahun 2017.⁵⁵

Concept Photography menerapkan *marketing mix* sebagai salah satu strategi komunikasi bisnisnya. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dengan menggunakan paradigma *post positivisme*. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara dan observasi dengan pihak Concept Photography, dengan memakai informan utama dan informan pendukung.

Hasil dari penelitian strategi *place* pada Concept Photography yakni memilih tempat yang strategis dan yang pasti sesuai dengan segmentasi pasar. Pada strategi *price* pada Concept Photography menerapkan berbagai macam harga

⁵⁵ Gan Gan Anugrah Abadi, “Strategi Komunikasi Bisnis Untuk Mencapai Tujuan Pemasaran (Studi Kasus Pada Concept Photography Serang)”. (Skripsi Ilmu Komunikasi Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, Banten, 2017).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengummumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

yang di tawarkan dengan membidik kategori universal dan segmentasi kalangan muda. Dalam strategi *product* Concept Photography bukan hanya menawarkan produk tetapi menawarkan jasa juga. Lalu dalam strategi *promotion* Concept Photography hanya menggunakan media-media komunikasi yakni media sosial dan messenger.

7. Polikarpus Manase Mana, Hafied Cangara, Muhadar, Kantor Badan Kepegawaian Daerah Kabupaten Sikka, Ilmu komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Hasanuddin Makassar dengan judul jurnal “*Strategi Komunikasi Kampanye Pengendalian Minuman Beralkohol (Perda Nomor 11 Tahun 2012) Oleh Pemerintah Kabupaten Sikka*”, Tahun 2014.⁵⁶

Strategi kampanye adalah perencanaan tindakan komunikasi untuk mempengaruhi orang lain. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menjelaskan strategi komunikasi Pemerintah Kabupaten Sikka dalam kampanye pengendalian minuman beralkohol berdasarkan Peraturan Daerah Nomor 11 Tahun 2012 di Kabupaten Sikka, mengetahui dan menjelaskan pelaksanaan kampanye sosialisasi pengendalian minuman beralkohol di Kabupaten Sikka, serta mengetahui dan menjelaskan faktor-faktor yang menghambat kampanye pengendalian minuman beralkohol di Kabupaten Sikka. Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Variabel yang diteliti adalah, strategi komunikasi, proses

⁵⁶ Polikarpus Manase Mana, Hafied Cangara, Muhadar, “Strategi Komunikasi Kampanye Pengendalian Minuman Beralkohol (Perda Nomor 11 Tahun 2012) Oleh Pemerintah Kabupaten Sikka”, *Jurnal Komunikasi KAREBA*, Vol. 3, No. 2, April-Juni 2014.

komunikasi media komunikasi, sasaran komunikasi. Data dianalisis dengan menggunakan analisis kualitatif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pola komunikasi bersifat linear melalui pola tatap muka. Semua sektor tidak dilibatkan. Tidak melakukan segmentasi dan identifikasi khalayak. Pelaksanaan kampanye mengalami hambatan karena tingkat pengetahuan dan partisipasi masyarakat yang masih rendah, waktu dan biaya yang terbatas, ego sektor, sistem birokrasi yang panjang, serta adat dan budaya yang masih kental di masyarakat. Kampanye pengendalian minuman beralkohol oleh Pemerintah Kabupaten Sikka tidak melalui suatu perencanaan komunikasi yang baik dan kompherensif.

8. Nurcahyani Putri Lestari, Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah Dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang dengan judul skripsi "*Strategi Komunikasi Dalam Meningkatkan Ketertiban Lalu Lintas Pada Satlantas Polresta Kota Palembang*", Tahun 2016.⁵⁷

Penelitian ini dilakukan untuk menjelaskan strategi komunikasi yang digunakan oleh Satlantas Polresta Kota Palembang dalam meningkatkan ketertiban lalu lintas bagi masyarakat pengendara. Untuk melaksanakan suatu kegiatan komunikasi terkait dengan ketertiban lalu lintas agar dapat berjalan baik maka diperlukannya suatu strategi sehingga pelaksanaan kegiatan komunikasi akan lebih terarah. Melihat rendahnya pengetahuan masyarakat terhadap aturan

⁵⁷ Nurcahyani Putri Lestari, "*Strategi Komunikasi Dalam Meningkatkan Ketertiban Lalu Lintas Pada Satlantas Polresta Kota Palembang*". (Skripsi Komunikasi Dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang, 2016).

data tertib lalu lintas sehingga bisa menyebabkan kesemrawutan dan kecelakaan lalu lintas yang dapat merugikan.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif, informan primer dalam penelitian ini ialah pihak Satlantas dan Dikyasa Satlantas Polresta Kota Palembang. Sedangkan informan sekundernya ialah masyarakat Kota Palembang yang bermukim di daerah Sekip Kec. Kemuning. Pengumpulan data diperoleh berdasarkan hasil wawancara, observasi dan studi pustaka. Sedangkan untuk menganalisis data menggunakan metode analisis studi deskriptif, mendeskripsikan data yang didapat melalui realita dan fenomena yang sebenarnya. Seiring dengan rumusan masalah yang terdapat pada penelitian skripsi ini, maka hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi dalam meningkatkan ketertiban lalu lintas yang dilakukan pihak Satlantas Polresta Kota Palembang berdasarkan indikator-indikator penilaian pengetahuan situasional, penentuan tujuan, dan kompetensi komunikasi secara keseluruhan telah berjalan baik. Akan tetapi adapun faktor penghambat dalam komunikasi tersebut ialah manusia (penerima informasi) dan faktor alam (cuaca).

Nani Setiani, Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto dengan judul skripsi *Strategi Komunikasi Berbasis Komunitas (Studi Interaksi Komunitas di Warung Sabda Kopi Purwokerto)*, Tahun 2020.⁵⁸

⁵⁸ Nani Setiani, “Strategi Komunikasi Berbasis Komunitas (Studi Interaksi Komunitas di Warung Sabda Kopi Purwokerto)”. (Skripsi Komunikasi Dan Penyiaran Islam Institut Agama Islam (IAIN) Purwokerto, 2020).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Secara umum, masyarakat membutuhkan komunikasi sebagai proses interaksi di lingkungan sosialnya. Dengan banyaknya kebutuhan yang diperlukan, mereka menggunakan strategi komunikasi untuk mempermudah aktivitas mereka dalam mencapai tujuan. Penelitian ini akan melihat interaksi komunitas di sebuah warung kopi, di mana pemilik warung menggunakan strategi komunikasi yang bertujuan menarik pengunjung untuk ikut berpartisipasi dalam membangun budaya diskusi di masyarakat luas.

Penelitian ini akan menjawab terkait bagaimana pola interaksi komunitas di Warung Sabda Kopi Purwokerto dan bagaimana strategi komunikasi di warung tersebut. Dalam penelitian ini penulis menggunakan teori *input-process-output model* yang dikembangkan oleh Littlejohn. Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan yang dianalisis dengan metode deskriptif kualitatif.

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, hasil penelitian yang diperoleh penulis adalah pola interaksi komunitas yang terbentuk di Warung Sabda Kopi Purwokerto menghasilkan interaksi asosiatif, karena dalam prosesnya mereka menjalin sebuah kerjasama, adanya bentuk akomodasi dan melakukan proses asimilasi untuk membentuk kesatuan. Kemudian pemilik warung menggunakan pendekatan interaksi sebagai strategi komunikasinya, dia berinteraksi dengan para pengunjung dengan menerapkan tiga pilar komunikasi yaitu *ethos*, *phatos* dan *logos*. Dari proses tersebut, tujuan untuk membangun budaya diskusi di warung sabda kopi purwokerto terealisasi dengan baik.

10. Rajes Solihin, Program Studi Muamalat Fakultas Syariah Dan Hukum, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta dengan judul skripsi

Penerapan Strategi Komunikasi Bisnis Dalam Positioning PT. Bank Muamalat Indonesia”, Tahun 2015.⁵⁹

Skripsi ini meneliti tentang strategi komunikasi bisnis PT. Bank Muamalat Indonesia sebagai bank nasional pertama yang beroperasi dengan menggunakan prinsip syariah. Adapun rumusan masalahnya adalah: pertama Bagaimana konsep strategi komunikasi bisnis yang dilakukan PT. Bank Muamalat Indonesia. Ke-dua Bagaimana penerapan komunikasi bisnis PT. Bank Muamalat Indonesia. Ke-tiga Apakah strategi komunikasi bisnis yang diterapkan PT. Bank Muamalat Indonesia memberikan dampak positif terhadap positioningnya dengan bank-bank syariah lainnya. Adapun metodologi yang dipakai adalah kualitatif, dengan pendekatan deskriptif analisis yang dijelaskan oleh Bogdan dan Taylor (1999).

Strategi komunikasi bisnis yang dilakukan Bank Muamalat untuk mendapatkan positioning yang diinginkan adalah dengan cara melakukan identifikasi keunggulan untuk bersaing dan memposisikan perusahaannya dengan memberikan layanan terbaik, kepercayaan serta kemudahan bagi semua nasabahnya. Aplikasi strategi komunikasi bisnis yang dilakukan Bank Muamalat untuk mensosialisasikan keunggulan bersaingnya adalah dengan melalui media lokal di masing-masing daerah, seperti tv lokal, radio lokal, surat kabar lokal, instansi - instansi lokal yang bekerjasama dengan Bank Muamalat untuk melaksanakan kegiatan lomba, beasiswa pendidikan dan bakti sosial. Segmentasi pasar Bank Muamalat yang sebelumnya adalah pasar emosional spiritual sekarang beralih ke pasar rasional.

⁵⁹ Rajes Solihin, “Penerapan Strategi Komunikasi Bisnis Dalam Positioning PT. Bank Muamalat Indonesia”. (Skripsi Muamalat Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Jakarta, 2015).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

C. Kerangka Pikir

Kerangka pikir menjelaskan tentang variabel yang akan dijadikan tolak ukur penelitian lapangan yang disesuaikan dengan rumusan masalah. Berdasarkan masalah yang diangkat oleh peneliti yaitu mempertahankan pelanggan Hotel Resty Menara Pekanbaru melalui Strategi Komunikasi di Era *New Normal*. Dengan menggunakan teori Hafied Cangara yang meliputi lima tahap strategi komunikasi, yaitu: Penelitian, Perencanaan, Pelaksanaan, Evaluasi dan Laporan.

Adapun kerangka pikir penelitian ini dapat dilihat dari berbagai tahapan dibawah ini :

Pertama, menetapkan permasalahan dalam penelitian dengan menentukan judul penelitian yaitu Strategi Komunikasi Hotel Resty Menara Pekanbaru Dalam Mempertahankan Pelanggan Hotel Di Era *New Normal*.

Kedua, melakukan identifikasi masalah terhadap permasalahan yang muncul berkaitan dengan penelitian ini. Untuk melihat fenomena tersebut, melakukan survey awal ke lokasi penelitian sekaligus untuk mendapatkan gambaran umum lokasi penelitian.

Ketiga, mengumpulkan data melalui wawancara, observasi dan dokumentasi melalui informan penelitian atau responden penelitian. Dalam mengumpulkan data penelitian tentang Strategi Komunikasi Hotel Resty Menara Pekanbaru Dalam Mempertahankan Pelanggan Hotel Di Era *New Normal* berdasarkan teori Hafied Cangara, sebagai berikut :

1. Penelitian
2. Perencanaan

3. Pelaksanaan
4. Evaluasi
5. Laporan

Keempat, menyajikan hasil penelitian dan kemudian dilakukan analisis teknik deskriptif kualitatif.

Kelima, tahap ini merupakan tahap akhir penelitian yaitu menarik kesimpulan dan sekaligus memberi saran kepada lokasi penelitian.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

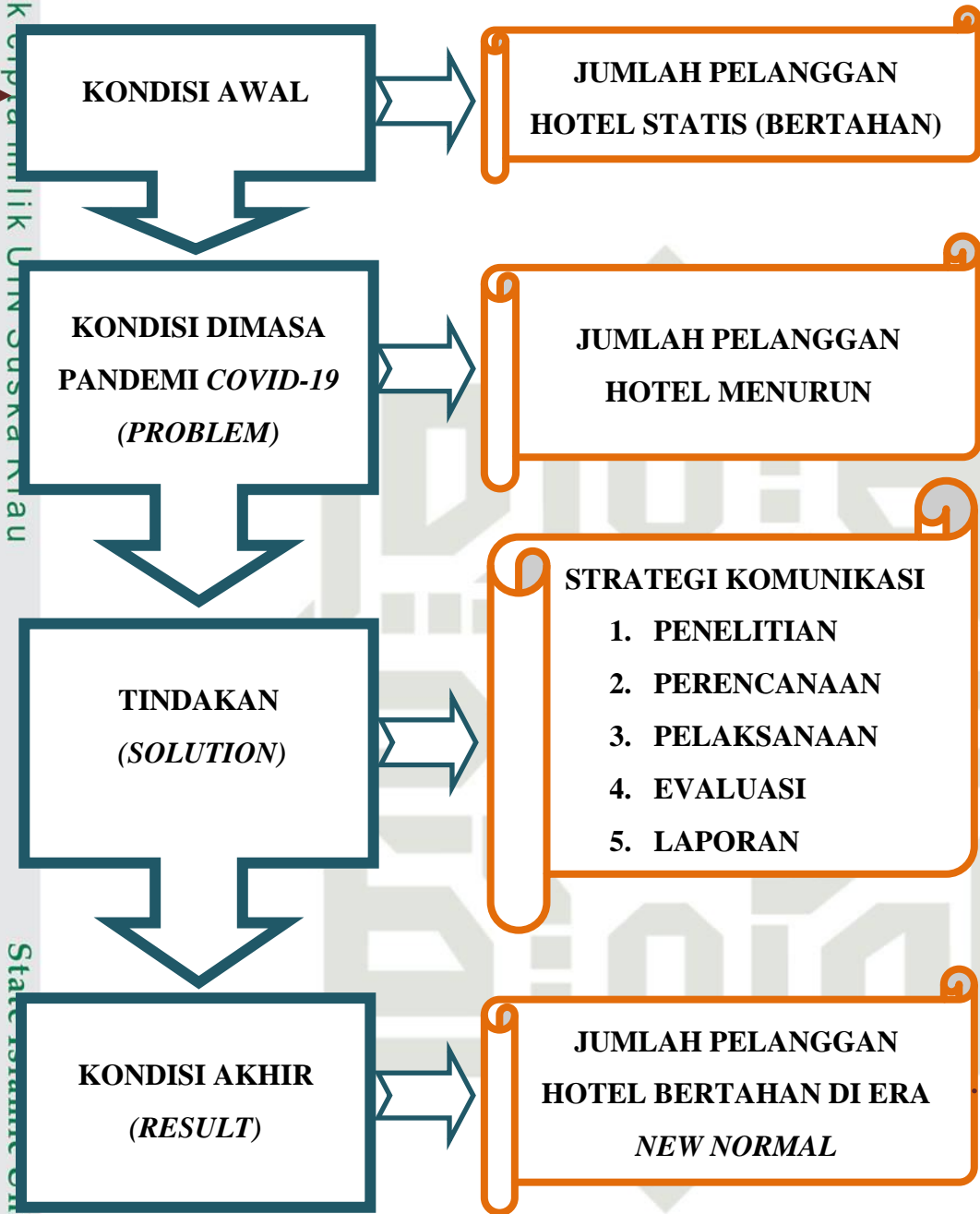
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Di larang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Sumber: Olahan Peneliti, 2021.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A Jenis dan Pendekatan Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian lapangan (*field research*) yaitu suatu penelitian lapangan untuk mempelajari secara intensif tentang latar belakang keadaan sekarang, dan interaksi lingkungan suatu unit sosial, individu, kelompok, lembaga atau masyarakat.⁶⁰ Penelitian lapangan ini dimaksudkan untuk memperoleh data-data yang berkaitan dengan pembahasan dalam proposal ini, dengan demikian penulis mengambil dan mengangkat data yang ada dilapangan yaitu di Hotel Resty Menara Pekanbaru.

2. Pendekatan Penelitian

Pada penelitian ini peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif dengan metode deskriptif kualitatif, yaitu mencari teori bukan menguji teori; *Hypothesis-Generating*, Bukan *Hypothesis Testing*; dan *Heuristic*, bukan verifikasi. Ciri Lain metode ini adalah menitik beratkan pada observasi dan suasana alamiah (*Natural Setting*). Peneliti terjun kelapangan, bertindak sebagai pengamat. Ia membuat kategori perilaku, mengamati gejala dan mencatatnya pada buku observasi. Metode deskriptif kualitatif tidak jarang melahirkan apa yang disebut Seltiiz, Wrightsman, dan Cook sebagai penelitian *Insightmulating*, yakni peneliti terjun langsung kelapangan tanpa dibebani atau diarahkan oleh teori. Ia tidak bermaksud menguji teori sehingga perspektifnya tidak tersaring. Ia bebas

⁶⁰ Cholid Narbuko, Abu Achmadi, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2016),

mengamati objeknya, menjelajah, dan menemukan wawasan-wawasan baru sepanjang penelitian.⁶¹

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Hotel Resty Menara Pekanbaru, tepatnya di Jalan Sisingamangaraja No.102, Rintis, Kecamatan Lima Puluh, Kota Pekanbaru, Riau 28156. Penelitian ini dilakukan pada pertengahan tahun 2020. Alasan Peneliti memilih lokasi penelitian di Hotel Resty Menara Pekanbaru karena Peneliti tertarik dengan Manajemen yang ada di Hotel tersebut.

C. Sumber Data

Sumber Data yang disajikan dalam penelitian ini terdiri dari dua macam, yaitu :

1. Data Primer

Data primer adalah data yang langsung diperoleh dari sumber data pertama langsung dari sumber asli dilokasi penelitian atau objek penelitian.⁶² Data primer tersebut berupa hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi yang diperoleh langsung oleh peneliti dari Hotel Resty Menara Pekanbaru.

2. Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua atau sumber sekunder dari data yang kita butuhkan.⁶³ Data sekunder tersebut berupa

⁶¹Elvinaro Ardianto, *Metodologi Penelitian Untuk Public Relations*, (Bandung: Simbiosis Rekayasa Media, 2010), 60.

⁶² Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2010), 171.

⁶³ Burhan Bungin, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Depok: Prenadamedia Group, 2005),

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

kajian terdahulu, buku, dan jurnal yang terkait dengan *contain* penelitian yang sedang dibahas.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian Kualitatif pada umumnya yaitu, Observasi, Wawancara, Dan Dokumentasi.

a. Observasi

Observasi adalah kegiatan yang berhubungan dengan pengawasan, peninjauan, penyelidikan dan riset.⁶⁴ Metode observasi yaitu untuk memperoleh dan mengumpulkan data dengan melakukan pengamatan dan pencatatan langsung dilapangan secara sistematis terhadap fenomena-fenomena yang muncul dan mempertimbangkan hubungan antar aspek dalam fenomena yang di selidiki.⁶⁵

Peneliti melakukan observasi langsung yaitu dengan pengamatan ke Hotel Resty Menara Pekanbaru untuk mengamati fenomena-fenomena yang ada. Alasan peneliti menggunakan metode observasi karena dapat mengamati secara jelas, teliti dan mencatat kejadian yang sebenarnya terjadi.

b. Wawancara

Wawancara atau interview adalah pengumpulan data dengan mengajukan pertanyaan secara langsung oleh pewawancara kepada responden, dan jawaban-jawaban responden dicatat atau direkam dengan alat perekam, teknik wawancara

⁶⁴ Sutrisno Hadi, *Metodologi Research*, (Yogyakarta: Andi Offset, 1989), 92.

⁶⁵ Moh. Nazir, *Metode Penelitian*, (Bandung: Ghalia Indonesia, 1999), 234.

dapat digunakan pada responden yang buta huruf atau tidak bisa membaca dan menulis.⁶⁶

Dalam hal ini peneliti menggunakan teknik wawancara mendalam dengan pihak HRD Hotel Resty Menara Pekanbaru. Wawancara mendalam adalah suatu proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan responden atau orang yang diwawancarai, dengan atau tanpa menggunakan pedoman (*guide*) wawancara, dimana pewawancara dan informan terlibat dalam kehidupan sosial yang relatif lama.⁶⁷

c. Dokumentasi

Metode dokumentasi atau dokumenter yaitu sumber data yang diperoleh dari hal berupa setiap proses pembuktian yang didasarkan atas jenis sumber apapun baik itu yang bersifat tulisan, lisan, gambar dan video yang dibutuhkan dalam sebuah penelitian.⁶⁸ Peneliti mengumpulkan data-data berdasarkan data lapangan yang didapat dari Hotel Resty Menara Pekanbaru dan laporan lainnya yang bersangkutan dengan penelitian.

F. Validitas Data

Validitas data sangat diperlukan dalam sebuah penelitian ilmiah, salah satu yang digunakan dalam menguji validitas data yaitu alat ukur penelitian yang harus dapat mengukur variabel yang dimaksudkan untuk diukur, bukan variabel yang

⁶⁶Irawan Soehartono, *Metode Penelitian Sosial*, (Bandung: PT. Remaja Rosada Karya, 2004), 67.

⁶⁷ Sutopo, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Surakarta: UNS, 2006).

⁶⁸ Imam Gunawan, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2013), 175.

lain. Setelah penelitian dilakukan, maka selanjutnya perlu dilakukan validitas data atau pengujian data dan pemeriksaan keabsahan data.⁶⁹

Validitas data adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang diluar data itu untuk pengecekan atau sebagai pembandingan terhadap data yang telah dikumpulkan.⁷⁰ Yaitu pada saat penelitian dilakukan pengamatan serta dokumentasi yang berkaitan sehingga dapat diperoleh data yang akurat.

F. Teknik Analisis Data

Setelah proses pengumpulan data dilakukan, proses selanjutnya adalah melakukan proses analisis data. Analisis atau penafsiran data merupakan proses mencari dan menyusun secara sistematis catatan temuan penelitian melalui pengamatan pemahaman peneliti tentang fokus yang dikaji dan dijadikannya sebagai temuan untuk orang lain, mengedit, mengklasifikasi, mereduksi dan menyajikannya.⁷¹

Analisis data adalah proses mengatur urutan data, mengorganisasikan kedalam satu pola, kategori dan uraian dasar. Berfungsi untuk membedakan dengan penafsiran yaitu memberikan arti yang signifikan terhadap analisis, menjelaskan pola uraian, dan mencari hubungan antara uraian satu dengan yang lainnya.⁷²

⁶⁹ Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Grup, 2006), 11.

⁷⁰ Lexy J Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2004), 330.

⁷¹ Tohirin, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2013), 141.

⁷² Yasril Yazid, dkk, *Metode Penelitian*, (Pekanbaru: CV Wirta Izani, 2009), 14.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pada penelitian ini dilakukan dengan metode analisis deskriptif yaitu usaha untuk mengumpulkan dan menyusun suatu data, kemudian dilakukan analisis terhadap data tersebut. Analisis deskriptif yakni data yang dikumpulkan adalah berupa kata-kata, gambar bukan angka-angka. Hal ini disebabkan oleh adanya penerapan penelitian metode kualitatif.⁷³ Dengan demikian laporan penelitian akan berisi kutipan-kutipan data dan pengolahan data untuk memberi gambaran penyajian dalam penelitian ini.

⁷³ Winarno Surakhmad, *Pengantar Penelitian Ilmiah: Dasar Metoda Teknik*, (Bandung: Pustaka, 1990), 139.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB IV

GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

A. Sejarah Hotel Resty Menara Pekanbaru

Hotel Resty Menara Pekanbaru adalah sebuah perusahaan swasta nasional yang bergerak dibidang jasa perhotelan. Pemilik dan pendiri Hotel Resty Menara Pekanbaru adalah Haji Ali Akbar. Hotel Resty Menara Pekanbaru berdiri pada tanggal 12 November 1990. Hotel Resty Menara Pekanbaru beralamat di Jalan Sisingamangaraja No.102, Rintis, Kecamatan Lima Puluh, Kota Pekanbaru, Riau 28156. Dalam memenuhi kebutuhan pelanggan, pihak hotel menyediakan 59 jenis penyewaan kamar dan fasilitas yang bervariasi sesuai dengan harga yang diberikan. Berikut jenis kamar dan jumlah kamar di Hotel Resty Menara Pekanbaru :

Tabel 4.1: Jenis Kamar dan Jumlah Kamar Hotel Resty Menara Pekanbaru

No.	Jenis Kamar	Jumlah Kamar
1.	<i>Resty Suite</i>	1 Kamar
2.	<i>Deluxe</i>	5 Kamar
3.	<i>Junior Suite</i>	16 Kamar
4.	<i>Superior</i>	37 Kamar

Sumber: Hotel Resty Menara Pekanbaru 2020

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

B. Visi dan Misi

Adapun Visi Misi Hotel Resty Menara Pekanbaru sebagai salah satu hotel bintang tiga yang ada di Pekanbaru adalah sebagai berikut:

VISI :

Menjadikan hotel bintang tiga pilihan yang utama dan terunggul di kota Pekanbaru.

MISI :

Menciptakan nilai lebih bagi stakeholders dengan menyajikan produk bermutu disertai pelayanan yang profesional, ramah dengan mewujudkan “*Feel Different Experience*” sebagai citra Hotel Resty Menara Pekanbaru.

C. Keterangan Jabatan

Adapun Keterangan Jabatan Pada Hotel Resty Menara Pekanbaru Adalah Sebagai Berikut:

1. General Manajer Hotel

Bertugas mengontrol keuangan, kualitas pelayanan dan makanan, dekorasi dan interior serta pembentukan norma-norma yang harus diikuti oleh staf sambil memberikan layanan kepada para tamu, dll.

Tugas dan tanggung jawab *General Manager* hotel :

- a. Memimpin perusahaan dan menjadi motivator bagi karyawannya.
- b. Mengelola operasional harian perusahaan.
- c. Merencanakan, melaksanakan, mengkoordinasi, mengawasi dan menganalisis semua aktivitas bisnis perusahaan.
- d. Mengelola perusahaan sesuai dengan visi dan misi perusahaan.
- e. Merencanakan, mengelola dan mengawasi proses penganggaran di perusahaan.



- f. Merencanakan dan mengontrol kebijakan perusahaan agar dapat berjalan dengan maksimal.
- g. Memastikan setiap departemen melakukan strategi perusahaan dengan efektif dan optimal.
- h. Mengelola anggaran keuangan perusahaan.
- i. Memutuskan dan membuat kebijakan untuk kemajuan perusahaan.
- j. Membuat prosedur dan standar perusahaan.
- k. Membuat keputusan penting dalam hal investasi, integrasi, aliansi dan divestasi.
- l. Merencanakan dan mengeksekusi rencana strategis perusahaan jangka menengah dan jangka panjang untuk kemajuan perusahaan.
- m. Menghadiri pertemuan, seminar, konferensi maupun pelatihan.

2. *Manager Hotel*

Bertugas merencanakan, mengorganisir dan mengatur operasi hotel, motel dan perusahaan yang sama/sejenis untuk menyediakan penginapan dan fasilitas lainnya kepada tamu.

Tugas dan tanggung jawab *Manager Hotel* :

- a. Mengatur dan meneliti pemesanan, penerimaan, pelayanan kamar, dan kegiatan pengurus/pelayan hotel.
- b. Mengawasi persiapan keamanan, kebun dan pemeliharaan barang-barang.
- c. Merencanakan dan mengawasi bar/tempat minum, restoran, dan tempat/ruangan untuk konferensi.
- d. Mengamati minuman keras, permainan dan peraturan hukum yang terkait dengannya.
- e. Menilai dan memeriksa kepuasan tamu.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- f. Memeriksa pembukuan dan kegiatan pembelian.
- g. Menetapkan pembuatan anggaran.
- h. Mengawasi pemilihan, pelatihan dan pengawasan terhadap staf.
- i. Memastikan terpenuhinya standar K3 sesuai dengan peraturan perundang-undangan
- j. Menyediakan informasi wisata lokal dan mengatur transportasi untuk kunjungan atau wisata kepada tamu.

3. Accounting Departement

Bertanggung jawab atas kelancaran operasional di *Accounting Department* yang menyangkut kegiatan proses pencatatan, penyusunan laporan keuangan, dan pengendalian, atau pengawasan seluruh laporan baik yang menyangkut aspek keuangan maupun operasional, serta menyusun anggaran perusahaan, melaksanakan tugas-tugas lain yang diberikan oleh *General Manager* dan melaksanakan fungsi-fungsi *Manager* di *Accounting Department*.

a. General Cashier

Menyimpan uang kontan, buku-buku, *check* dan *giro bilyet* untuk pembayaran.

2. Mengerjakan buku-buku harian kas.

3. Menyimpan bukti-bukti kas yang masuk atau keluar untuk diserahkan kepada

BookKeeper.

4. Menyetor dan mengambil uang di Bank atas perintah atasan.

5. Bertanggung jawab langsung kepada *Accountant*.

b. Internal Auditor

Memeriksa semua data akuntansi (sesudah transaksi) dari hulu ke hilir.

2. Bekerja sama atau membantu tugas *Accounting supervisor* untuk membuat

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

laporan keuangan.

3. Melaporkan temuan penyimpangan keuangan kepada *Finance Manager* .

4. Bertanggung jawab langsung kepada *Finance Administrasi Manager* .

5. *Cost Controller*

1. Mengerjakan pekerjaan akuntansi dan lainnya yang berhubungan dengan keuangan sebelum terjadi transaksi.

2. Meneliti, memeriksa, menyetujui *Goods Request* dari *Department* untuk persetujuan *Finance Manager*.

3. Memeriksa segala tagihan atau *Invoice* dari *supplier* sebelum dibayar.

4. Memeriksa permintaan maintenance atau pemeliharaan barang maupun pembuatan barang oleh *ME* sebelum disetujui *Finance Manager* .

5. Membuat atau mengubah semua tarif produk hotel sebelum dipublikasi.

6. Bertanggung jawab langsung kepada *Finance Manager*.

4. Sales And Marketing Departement

Bertanggung jawab untuk mendapatkan pencapaian yang tinggi dalam keseluruhan proses sales marketing serta mengembangkan dan mempertahankan hubungan bisnis yang baik dengan klien maupun antar *department*.

1. *Sales Staff*

1. Mendapatkan bisnis untuk perusahaan, memenuhi target anggaran serta mencapai target *room-night* dan *revenue*.

2. Membuat perencanaan kerja yang merepresentasikan kinerja 1 (satu) bulan kedepan untuk seluruh *Sales & Marketing Department*..

3. Memaksimalkan potensial keuntungan, menganalisa semua sumber bisnis dan mengembangkannya dengan potensi keuntungan sebesar mungkin.

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4. Bekerjasama dengan personil lain untuk memastikan kelancaran operasional departemen, dan memastikan bahwa setiap karyawan dibagian *Sales & Marketing* melakukan tugasnya dengan sesuai.
5. Memberikan laporan kepada *General Manager/Hotel Manager* setiap keluhan, komentar atau saran yang didapat dari tamu/client yang dapat meningkatkan kinerja hotel.
6. Melakukan *market survey* dan mengumpulkan *marketing intelligence* hotel pesaing untuk diinformasikan kepada *General Manager/Hotel Manager* sehingga yang bersangkutan mengetahui informasi perkembangan market.
7. Berpartisipasi dalam *trade shows dan sales promotions* yang ditugaskan oleh atasan.
8. Melakukan *business traveller* untuk mendapatkan peluang bisnis serta membangun/mengembangkan hubungan baik dengan *key account dan key person*.
9. Menjaga hubungan baik dengan *travel agents, commercial accounts*, dan pihak pihak yang berhubungan kerjasama dengan hotel.
10. Mengkoordinasikan kegiatan dihotel yang berhubungan dengan sales, incentives dll.
11. Berkomunikasi dengan bagian *Front Office dan Food & Beverage* untuk memastikan bahwa tamu dilayani dengan sebaik mungkin.
12. Berpartisipasi dalam berbagai kegiatan social, organisasi untuk mempromosikan hotel dan meningkatkan kemampuan *personal*.
13. Bertanggung jawab untuk kegiatan promosi dan iklan, sesuai dengan apa yang diinstruksikan oleh atasan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

5. Room Department

Room Departement adalah management dalam hotel yang terdiri dari dua department, yaitu: *Front Office Department* dan *Housekeeping Department*.

a. *Front Office*

1. Menyeleksi, menempatkan, melatih, dan mengevaluasi karyawan *front office*.
2. Memastikan bahwa semua staff di *front office* menguasai sistem komputer hotel, etika menerima telepon, dan standard operasional yang ada di hotel.
3. Menjaga keharmonisan kerja dengan penjualan dan pemasaran tentang harga kamar.
4. Menyambut tamu VIP.
5. Menangani keluhan tamu yang tidak bisa diselesaikan oleh bawahannya.
6. Membuat laporan bulanan tentang daftar tamu, tingkat hunian maupun keuntungan dan kerugian di bagian kantor depan.
7. Menjaga kedisiplinan petugas kantor depan dengan memberikan peringatan dan sanksi bagi yang melanggar ketentuan.
8. Meningkatkan kualitas dan prestasi karyawan yang berprestasi dengan memberikan penghargaan.
9. Membuat *budget* tahunan, menganalisis operasi, dan pendapatan hotel secara harian dari sisi pendapatan dan rata – rata harga kamar.

6. Food and Beverage Departement

Bertanggung jawab untuk membuat perencanaan aktifitas *food and beverage* dengan cara melihat hasil analisa dan evaluasi agar rencana aktivitas pelayanan hotel dapat dilaksanakan sesuai dengan tujuan, membuat rencana

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

program dengan cara menentukan strategi agar rencana dapat dijalankan dengan tepat, membuat biaya perkiraan operasional dapat disetujui serta digunakan secara efektif dan efisien.

a. *Chef Cook*

1. Mengkoordinasikan program ke bagian terkait dengan cara Meeting Koordinasi ataupun melalui *Do Board* dan lisan agar program terkoordinir dan dapat dilaksanakan dengan baik.

2. Menetapkan menu, sistem penyajian, strategi penjualan, mengarahkan pelaksanaan serta menilai keberhasilan.

3. Melakukan analisa tentang pesaing.

4. Menyusun anggaran *FB Production kitchen, F&B service* dan *Stewarding*.

5. Merumuskan kebijaksanaan pengendalian biaya operasional.

6. Menangani permasalahan yang memerlukan penanganan langsung.

7. Menciptakan hubungan yang harmonis dengan kolega dan pelanggan.

8. Menyelenggarakan *briefing* di dalam departemen mengusulkan kepada atasan, tentang penyesuaian prosedur dan kebijakan di lingkungan *food & beverage department* jika diperlukan.

1. ***Property Operation, Maintenance, and Energy Consultan (POMEC)***

Property Operation, Maintenance, and Energy Consultan (POMEC)

terdiri dari dua departemen yaitu *maintenance* dan *security*.

a. *Maintenance*

1. Pemeliharaan dan perbaikan seluruh instalasi, alat mesin, bangunan dan fasilitas hotel lainnya.

2. Penghematan energi dalam menggunakan segala keperluan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

3. Menangani alat, mesin dan instalasi lainnya yang menggunakan listrik, gas dan air.
4. Mencegah instalasi, mesin, alat dan bangunan terhadap bahaya kebakaran dan segala situasi yang membahayakan.
5. Menyiapkan keperluan air, gas dan listrik secara teratur dan melaporkannya.
6. Menangani pekerjaan yang sifatnya umum seperti, mengecat, dan sebagainya.

5 Security

1. Memantau dan mengatur keamanan hotel selama 24 jam secara bergantian.
2. Melaporkan segala kejadian atau peristiwa yang terjadi di hotel kepada atasan baik itu kehilangan ataupun penemuan barang milik tamu.
3. Berjaga di pos keamanan hotel serta membantu keluar masuknya kendaraan, baik kendaraan milik tamu ataupun staf hotel demi keselamatan dalam penyeberangan jalan.

D. Struktur Organisasi Perusahaan

1 General Manager Hotel

2 Manager Hotel

3 Accounting Department

- a. General Cashier
- b. Internal Auditor
- c. Cost Controller

4 Sales and Marketing Department

- a. Sales Staff

5 Room Department

- a. Front Office: 1. Reception

2. Cashier
3. Night Audit
4. Housekeeping

6. Food and Beverage Department

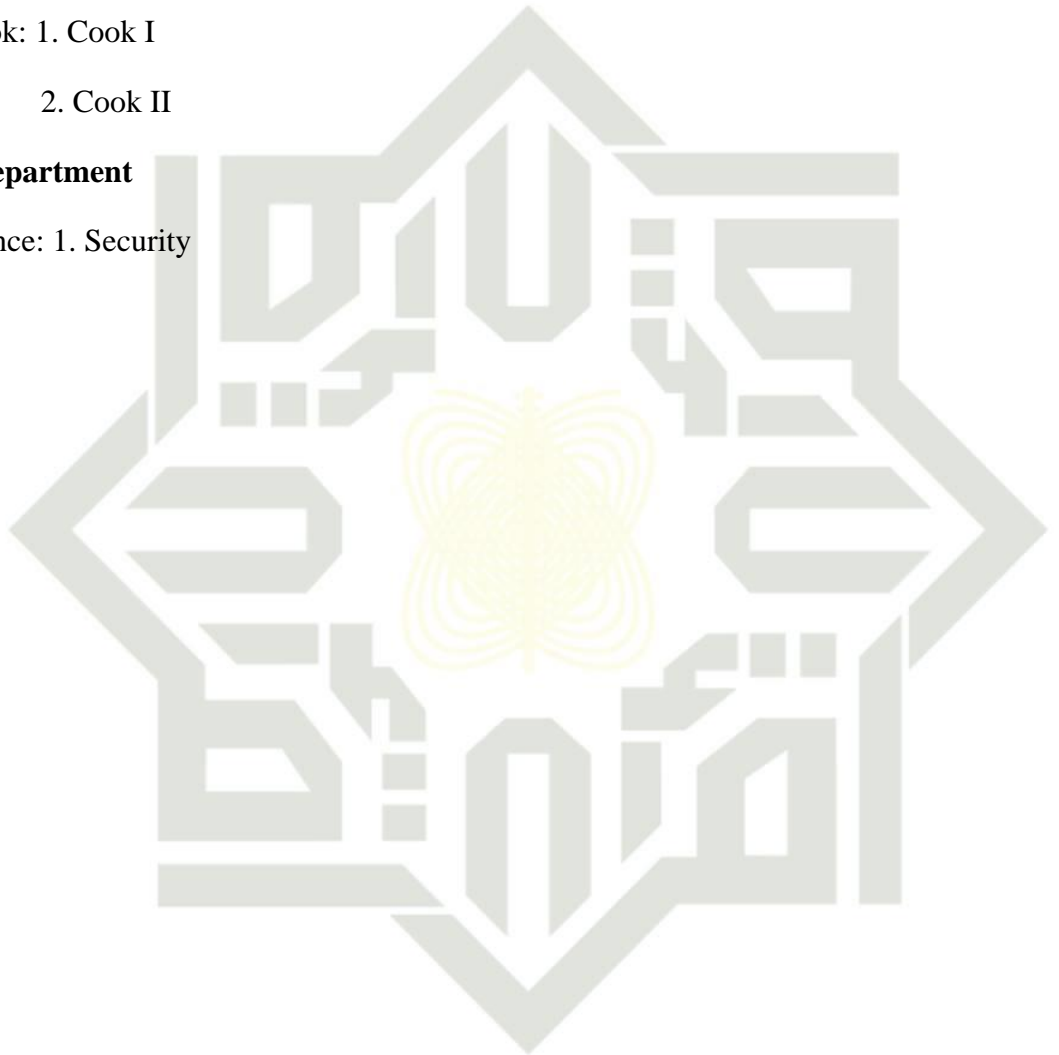
- a. Chef Cook: 1. Cook I
2. Cook II

7. POMEK Department

- a. Maintenance: 1. Security

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Struktur Organisasi Hotel Resty Menara Pekanbaru dapat dilihat pada Gambar 4.1 berikut ini.

Gambar 4.1 Struktur Organisasi Hotel Resty Menara Pekanbaru.



Sumber : *Internal* Hotel Resty Menara Pekanbaru

E. Fasilitas Hotel

Sebagai salah satu hotel bintang tiga yang ada di Pekanbaru, Hotel Resty Menara Pekanbaru memiliki beberapa fasilitas, diantaranya yaitu:

Tabel. 4.2 : Fasilitas dan Layanan Hotel Resty Menara Pekanbaru

No.	Fasilitas
1.	59 Rooms: (Resty Suite, Deluxe, Junior Suite, Superior).
2.	5 Meeting Rooms: (Meranti, Indragiri, Kampar, Siak, Bengkalis).
3.	Electronic Room Key
4.	Coffee & Tea Making Facility
5.	Daily Complimentary Mineral Water
6.	Non Smoking Floor Available
7.	LED Television
8.	Satelite International TV Channels
9.	Free Hight Speed Wi-Fi Internet Acces
10.	Air Conditioner
11.	24 Hours Room Service
12.	Airport Pick Up & Drop
13.	24 Hours Doctor on Call
14.	Valet Service
15.	Central Coffee House
16.	Launrdy and Dry Cleaning Service
17.	ATM Center, dan lain-lain

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Pada bagian akhir ini peneliti ingin menyampaikan kesimpulan dari hasil penelitian dan pembahasan mengenai Strategi Komunikasi Hotel Resty Menara Pekanbaru Dalam Mempertahankan Pelanggan Hotel Di Era *New Normal*. Hotel Resty Menara Pekanbaru mengalami penurunan jumlah pelanggan hotel yang diakibatkan oleh wabah pandemi *COVID-19*. Penurunan pelanggan hotel dapat mengancam eksistensi dan keberlangsungan hidup hotel tentunya. Penurunan okupansi hotel juga disebabkan karena menurunnya tren kunjungan wisatawan dan pembatasan aktifitas hotel seperti pertemuan (*meeting*) serta pengadaan acara atau *events*.

Strategi komunikasi memiliki peran penting didalam sebuah perusahaan. Dengan adanya strategi komunikasi, perusahaan diharapkan dapat berjalan dengan lancar tanpa adanya suatu hambatan. Hotel Resty Menara Pekanbaru menerapkan strategi komunikasi dalam bentuk lima tahapan, yaitu: Penelitian, Perencanaan, Pelaksanaan, Evaluasi & Laporan.

Tujuan penerapan strategi komunikasi oleh Hotel Resty Menara Pekanbaru adalah untuk mempertahankan pelanggan hotel di era *new normal*. Pasca penerapan strategi komunikasi, bisnis dunia perhotelan khususnya Hotel Resty Menara Pekanbaru mengalami kenaikan tingkat hunian. Hal ini dibuktikan dari angka Tingkat Penghunian Kamar (TPK) serta penyewaaan ruangan dan *ballroom* yang sudah membaik dari sebelumnya.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

B. Saran

Berdasarkan dari hasil penelitian tentang Strategi Komunikasi Hotel Resty Menara Pekanbaru. Maka penulis bermaksud memberikan saran yang mudah-mudahan dapat bermanfaat bagi tempat penelitian maupun bagi peneliti selanjutnya, yaitu sebagai berikut:

1. Dalam upaya mempertahankan pelanggan, Hotel Resty Menara Pekanbaru hendaknya lebih kreatif memanfaatkan setiap peluang yang ada agar segala usaha yang dilakukan menyangkut kemajuan perusahaan bisa diperoleh dengan maksimal.
2. Mengadakan pertemuan rutin dengan dinas terkait dan *stakeholder* untuk membahas perkembangan terkini menyangkut keberlangsungan hidup hotel.
3. Dapat terus menyesuaikan dengan perkembangan teknologi agar segala bentuk pesan yang disampaikan berkenaan dengan perusahaan dapat mudah ditangkap dengan baik oleh masyarakat luas.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Ahmat, abu, et, All. 1997. *Strategi Belajar Mengajar*. Bandung: Pustaka Setia.
- Ardianto, Elvinaro. 2010. *Metodologi Penelitian Untuk Public Relations*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Arni, Muhammad. 2004. *Komunikasi Organisasi, Cet Ke.6*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Bungin, Burhan. 2005. *Metode Penelitian Kualitatif*. Depok: Prenadamedia Group.
- Cangara, Hafied. 1998. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo.
- Cangara, Hafied. 2013. *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo.
- Cangara, Hafied. 2014. *Edisi Revisi: Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Jakarta: PT.Raja Grafindo.
- David, Fred. 2002. *Manajemen Strategi Konsep*. Jakarta: Prehalindo.
- Greenberg, Paul. 2010. *CRM at the speed of light : Social CRM Strategies, Tool, and Techniques for Engaging Your Customer, 4th edition*. New York: McGraw-Hill, Inc.
- Gunawan, Imam. 2013. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Haradi, Sutrisno. 1989. *Metodologi Research*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Hamijoyo, Santoso S. 2005. *Komunikasi Partisipatoris*. Bandung: Humaniora.
- Haradi, Bambang. 2005. *Strategi Manajemen: Strategi Memenangkan Perang Bisnis*. Malang: Bayumedia.
- Ihahi, Wahyu. 2010. *Komunikasi Dakwah*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Jauch, Lawrence R, dan William F. Glueck. 1995. *Strategi Management and Business Policy*, dialihbahasakan oleh Murad, AR. Henry Sitanggang dan Herman Wibowo, *Manajemen Strategis dan Kebijakan Perusahaan, Edisi Ketiga*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Marketing Management, 13th ed*. London: Prentice Hall, Pearson Educational International.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Kriyantono, Rachmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Grup.
- Liliweri, Alo. 2011. *Komunikasi: Serba Ada Serba Makna*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Moleong, Lexy J. 2004. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy. 2008. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Narbuko, Cholid dan Abu Achmadi. 2016. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Nazir, Moh. 1999. *Metode Penelitian*. Bandung: Ghalia Indonesia.
- Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional. 2001. *Kamus Besar Bahasa Indonesia, Edisi III*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional RI. 2005. *Kamus Besar Bahasa Indonesia edisi ketiga*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Roudhonah. 2007. *Ilmu Komunikasi, Cet Ke.1*. Jakarta: UIN Jakarta Press.
- Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah. 2010. *Metodologi Peneliian*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Soehartono, Irawan. 2004. *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: PT. Remaja Rosada Karya.
- Steiner, George A. dan John B. Miner. 1997. *Kebijakan Dan Strategi Manajemen*. Jakarta: Erlangga.
- Sulastiyono, Agus. 1999. *Manajemen Penyelenggaraan Hotel*. Bandung: Alfabeta.
- Surakhmad, Winarno. 1990. *Pengantar Penelitian Ilmiah: Dasar Metoda Teknik*. Bandung: Tarsito.
- Sutopo. 2006. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Surakarta: UNS.
- Tjiptono, Fandy dan Anastasia Diana. 2000. *Prinsip Dinamika Pemasaran, Edisi Pertama, Cet. Pertama*. Yogyakarta: JJ.Learning.
- Tohirin. 2013. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Uchjana Effendy, Onong. 1981. *Dimensi-dimensi Komunikasi*. Bandung: Alumni.
- Uchjana Effendy, Onong. 2004. *Dinamika Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya.
- Uchjana Effendy, Onong. 2007. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT.Remaja Rosda Karya.
- Uchjana Effendy, Onong. 2008. *Dinamika Komunikasi, Cet Ke.7*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya.
- Smara, A. 2003. *Strategi Baru Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Amoro Book.
- Vardiansyah, Dani. 2004. *Pengantar Ilmu Komunikasi: Pendekatan Taksonomi Konseptual*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Yamit, Zulian. 2001. *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*. Yogyakarta: Ekonisia.
- _____. 2004. *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*. Yogyakarta: Ekonisia.
- Yazid, Yasril, dkk. 2009. *Metode Penelitian*. Pekanbaru: CV Wirta Izani.

JURNAL

- Habibi, Andrian. 2020. "Normal Baru Pasca Covid-19". *Adalah: Buletin Hukum dan Keadilan*, Vol. 4, No. 1.
- Kusuma Vardhani, Nabila dan Agnes Siwi Purwaning Tyas. 2018. "Strategi Komunikasi Dalam Interaksi Dengan Mahasiswa Pertukaran Asing". *Jurnal Gama Societa*, Vol. 2, No. 1.
- Manase Mana, Polikarpus, Hafied Cangara dan Muhadar. 2014. "Strategi Komunikasi Kampanye Pengendalian Minuman Beralkohol (Perda Nomor 11 Tahun 2012) Oleh Pemerintah Kabupaten Sikka". *Jurnal Komunikasi KAREBA*, Vol. 3, No. 2.
- Musanto, Trisno. 2004. "Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan: Studi Kasus Pada CV. Sarana Media Advertising Surabaya". *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan*, Vol. 6, No. 2.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Putu Sariyani, Ni Luh. 2019. “Strategi Komunikasi Dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan Di BHR Law Office”. *Jurnal Ilmiah Manajemen & Bisnis*, Volume 4, No. 2.

Surahmi, Andi dan H. Muhammad Farid. 2018. “Strategi Komunikasi Dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Terhadap Pembangunan Di Kecamatan Duampanua Kabupaten Pinrang”. *Jurnal Komunikasi KAREBA*, Vol. 7, No. 2.

SKRIPSI

Asmaul Husna. 2018. “Strategi Komunikasi Bisnis El-Hanief Dalam Upaya Membranding Usaha Konveksi Pertama Di Banda Aceh”. Jurusan Komunikasi Dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah Dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Darussalam Banda Aceh.

Gan Gan Anugrah Abadi. 2017. “Strategi Komunikasi Bisnis Untuk Mencapai Tujuan Pemasaran (Studi Kasus Pada Concept Photography Serang)”. Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa Banten.

Nani Setiani. 2020. “Strategi Komunikasi Berbasis Komunitas (Studi Interaksi Komunitas di Warung Sabda Kopi Purwokerto)”. Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto.

Nurcahyani Putri Lestari. 2016. “Strategi Komunikasi Dalam Meningkatkan Ketertiban Lalu Lintas Pada Satlantas Polresta Kota Palembang”. Jurusan Komunikasi Dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah Dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang.

Rajes Solihin. 2015. “Penerapan Strategi Komunikasi Bisnis Dalam Positioning PT. Bank Muamalat Indonesia”. Program Studi Muamalat Fakultas Syariah Dan Hukum, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Syarif Fadilah. 2011. “Strategi Komunikasi Program Pembibitan Penghafal Al-Qur’an Daarul Qur’an Dalam Mensosialisasikan Program Sedekah Produktif”. Jurusan Komunikasi Dan Penyiaran Islam Fakultas Ilmu Dakwah Dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.

Pengku Melinda Situmorang. 2019. “Strategi Komunikasi Organisasi Pemerintah Kabupaten Labuhan Batu Utara Dalam Melahirkan Kebijakan Pemberian Beasiswa MoU Bagi Mahasiswa Berprestasi Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan”. Jurusan Komunikasi Dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah Dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.

INTERNET

https://id.wikipedia.org/wiki/Kenormalan_baru,(diakses 13 Oktober 2020).

<https://www.akseleran.co.id/blog/fakta-menarik-new-normal/>,(diakses 13 Oktober 2020).



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Lampiran 1

PEDOMAN WAWANCARA

**Strategi Komunikasi Hotel Resty Menara Pekanbaru Dalam
Mempertahankan Pelanggan Hotel Di Era *New Normal***

Informan Kunci : **Sri Suparsih** (*HRD Hotel Resty Menara Pekanbaru*)

Informan Pendukung : - **Roni Yander** (*General Manager Hotel Resty Menara Pekanbaru*)
- **Ahmad** (*Executive Operational Manager Hotel Resty Menara Pekanbaru*)

A. Strategi Komunikasi

1. Apa strategi komunikasi yang dilakukan hotel resty menara pekanbaru dalam mempertahankan pelanggan hotel di era *new normal* ?
2. Siapa sajakah pihak yang terlibat dalam perumusan strategi komunikasi tersebut ?
3. Kapan strategi komunikasi tersebut dirumuskan ?

B. Penelitian

1. Apakah hotel resty menara pekanbaru melakukan penelitian sebelum melaksanakan strategi komunikasi ?
2. Bagaimana proses penelitian tersebut dilakukan ?
3. Apa tujuan dari penelitian tersebut ?
4. Siapa sajakah pihak yang terlibat dalam penelitian tersebut ?



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

C. Perencanaan

1. Siapa komunikan / target sasaran yang akan dituju dalam pelaksanaan strategi komunikasi ?
2. Apa isi pesan yang akan disampaikan kepada komunikan / target sasaran dalam strategi komunikasi ?
3. Media apa yang digunakan dalam pelaksanaan strategi komunikasi ?
4. Apa efek yang diharapkan dalam pelaksanaan strategi komunikasi tersebut ?

D. Pelaksanaan

1. Bagaimana pelaksanaan strategi komunikasi hotel resty menara pekanbaru dalam mempertahankan pelanggan hotel di era *new normal* ?
2. Siapa saja pihak yang terlibat dalam pelaksanaan strategi komunikasi tersebut ?
3. Kapan strategi komunikasi tersebut mulai dilaksanakan ?

E. Evaluasi

1. Apakah pesan yang dituju dapat mencapai target sasaran ?
2. Apakah media yang digunakan dapat mencapai target sasaran ?
3. Apa tindakan (feedback) dari komunikan / target sasaran setelah menerima informasi ?

F. Laporan

1. Apa hasil positif dari pelaksanaan strategi komunikasi tersebut ?
2. Bagaimana bentuk laporan strategi komunikasi yang telah dilaksanakan ?
3. Apa hambatan yang membuat strategi komunikasi tersebut belum terealisasi secara menyeluruh, dan bagaimana cara mengatasinya ?

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Lampiran 2

Foto Dokumentasi Penelitian

Lokasi : Hotel Resty Menara Pekanbaru



Gambar 1: Wawancara dengan *HRD* Hotel Resty Menara Pekanbaru, Ibu Sri Suparsih.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Gambar 2: Wawancara dengan *General Manager (GM)* Hotel Resty Menara Pekanbaru, Bapak Roni Yander.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Gambar 3: Wawancara dengan *Executive Operational Manager* (EOM) Hotel Resty Menara Pekanbaru, Bapak Ahmad.



Gambar 4: Foto bersama *Front Office Staff* Hotel Resty Menara Pekanbaru.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Gambar 5: Fasilitas Kamar Hotel Resty Menara Pekanbaru.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Nomor : B-5328/Un.04/PP.00.9/08/2020
Sifat : Biasa
Lampiran : 1 Berkas
Hal : Penunjukan Pembimbing
a.n. ROZI PRIATAMA

Pekanbaru, 24 Agustus 2020

Kepada Yth.
Yantos, M.Si.
Dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Suska Riau

Assalamu'alaikum Warahmatullah Wabarakatuh

Dengan hormat,

Berdasarkan keputusan pimpinan Fakultas Dakwah dan Komunikasi tentang penetapan judul dan pembimbing skripsi mahasiswa a.n. **ROZI PRIATAMA** NIM. 11643101431 dengan judul **"Strategi Komunikasi Bisnis Hotel Resty Menara Pekanbaru Dalam Meningkatkan Jumlah Pelanggan Hotel"** saudara menjadi pembimbing penyusunan skripsi mahasiswa tersebut.

Bimbingan yang saudara berikan meliputi :

1. Materi / Isi skripsi
2. Metodologi Penelitian

Kami tambahkan bahwa saudara dapat mengarahkan atau mengubah judul di atas bersama mahasiswa bersangkutan, sejauh tidak mengubah tema atau masalah pokoknya. Kami harapkan bimbingan tersebut dapat selesai dalam waktu **6 (enam) bulan.**

Atas kesediaan & perhatian saudara diucapkan terima kasih.

Wassalam
Dekan,



Dr. Mirdin, MA
NIP. 19660620 200604 1 015

Tembusan :

1. Ketua Jurusan Komunikasi



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Nomor : B-8126/Un.04/F.IV/PP.00.9/11/2020
Sifat : Biasa
Lampiran : 1 (satu) Exp
Hal : Mengadakan Penelitian.

Pekanbaru, 12 November 2020

Kepada Yth,
Kepala Dinas Penanaman Modal dan
Pelayanan Terpadu Satu Pintu
Provinsi Riau
Di
Pekanbaru

Assalamu'alaikum wr. wb.

Dengan hormat,

Kami sampaikan bahwa datang menghadap bapak, mahasiswa kami:

N a m a	: ROZI PRIATAMA
N I M	: 11643101431
Semester	: IX (SEMBILAN)
Jurusan	: ILMU KOMUNIKASI
Pekerjaan	: Mahasiswa Fak. Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau

Akan mengadakan penelitian dalam rangka penulisan Skripsi tingkat Sarjana (S1) pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dengan judul:

“Strategi Komunikasi Hotel Resty Menara Pekanbaru dalam Mempertahankan Pelanggan Hotel di Era New Normal.”

Adapun sumber data penelitian adalah :
Hotel Resty Menara Pekanbaru

Untuk maksud tersebut kami mohon Bapak berkenan memberikan petunjuk-petunjuk dan rekomendasi terhadap pelaksanaan penelitian tersebut.

Demikianlah kami sampaikan dan atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Wassalam
a.n. Rektor,
Dekan,

Dr. Mardian, MA
NIP.19660620 200604 1 015

Tembusan :
1. Mahasiswa yang bersangkutan

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



PEMERINTAH PROVINSI RIAU
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU

Gedung Menara Lancang Kuning Lantai I dan II Komp. Kantor Gubernur Riau
 Jl. Jend. Sudirman No. 460 Telp. (0761) 39064 Fax. (0761) 39117 **PEKANBARU**
 Email : dpmpptsp@riau.go.id

REKOMENDASI

Nomor : 503/DPMPPTSP/NON IZIN-RISET/36383
 TENTANG



**PELAKSANAAN KEGIATAN RISET/PRA RISET
 DAN PENGUMPULAN DATA UNTUK BAHAN SKRIPSI**

1.04.02.01

Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Riau, setelah membaca Surat Permohonan Riset dari : **Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau, Nomor : B-8126/Un.04/F.IV/PP.00.9/11/2020 Tanggal 12 November 2020**, dengan ini memberikan rekomendasi kepada:

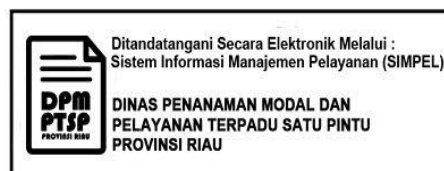
- | | |
|----------------------|---|
| 1. Nama | : ROZI PRIATAMA |
| 2. NIM / KTP | : 11643101431 |
| 3. Program Studi | : ILMU KOMUNIKASI |
| 4. Jenjang | : S1 |
| 5. Alamat | : JL.SEKOLAH PERUM TAMAN ARENGKA INDAH, PEKANBARU, RIAU. |
| 6. Judul Penelitian | : STRATEGI KOMUNIKASI HOTEL RESTY MENARA PEKANBARU DALAM MEMPERTAHANKAN PELANGGAN HOTEL DI ERA NEW NORMAL |
| 7. Lokasi Penelitian | : HOTEL RESTY MENARA PEKANBARU |

Dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Tidak melakukan kegiatan yang menyimpang dari ketentuan yang telah ditetapkan.
2. Pelaksanaan Kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data ini berlangsung selama 6 (enam) bulan terhitung mulai tanggal rekomendasi ini diterbitkan.
3. Kepada pihak yang terkait diharapkan dapat memberikan kemudahan serta membantu kelancaran kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data dimaksud.

Demikian rekomendasi ini dibuat untuk dipergunakan seperlunya.

Dibuat di : Pekanbaru
 Pada Tanggal : 13 November 2020



Tembusan :

Disampaikan Kepada Yth :

1. Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Provinsi Riau di Pekanbaru
2. Pimpinan Hotel Resty Menara Pekanbaru
3. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau di Pekanbaru
4. Yang Bersangkutan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang



Rozi Priatama lahir di Pekanbaru, pada tanggal 29 Maret 1997. Anak dari pasangan Bapak Tarmizi dan Ibu Ibusni. Penulis merupakan anak pertama dari tiga bersaudara, mempunyai Adik bernama Apri Fauzan dan Faziah Safitri.

Penulis menempuh pendidikan di SD Kartika I-9 Pekanbaru, SMPN 21 Pekanbaru, SMAN 14 Pekanbaru. Kemudian pada tahun 2016 lulus menjadi mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Konsentrasi *Public Relations*, Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau melalui jalur SBMPTN.

Selama menjadi mahasiswa, Penulis pernah melaksanakan Magang di PT. Citra Media Bertuah Pos Pekanbaru (Bertuahpos.com) selama 2 (dua) bulan. Penulis juga mengikuti Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Belutu Kecamatan Kandis Kabupaten Siak. Selama kuliah, penulis juga bekerja menjalankan bisnis keluarga yang bergerak di sektor material dan bangunan. Penulis memiliki keahlian didalam dunia bisnis dan menjadi *Entrepreneur* muda yang aktif dan produktif.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.